

PENINGKATAN NILAI TAMBAH UDANG MENJADI PRODUK TERASI UDANG UNTUK DIVERSIFIKASI EKONOMI MASYARAKAT PESISIR DI DESA PUTRAPINGGAN KABUPATEN PANGANDARAN

Agi Rosyadi*, Dim Zarita Suryanugraha,
Mira Rahmawati, Sakifah, Fitri Deviani

Universitas Siliwangi

Correspondent author. Email* : agirosyadi@unsil.ac.id

Abstract

Putrapinggan Village, Kalipucang District, Pangandaran Regency has abundant shrimp resource potential; however, its utilization is still dominated by raw material sales, resulting in relatively low economic added value for the local community. This Community Service activity, conducted through the Entrepreneurship-Based Community Service Program (Program Pengabdian Berbasis Kewirausahaan / PPBK), aims to enhance community capacity in processing shrimp into competitive shrimp paste (terasi) products through packaging design and digital marketing. The implementation methods included needs identification through interviews and observation, counseling, production process demonstrations, and digital marketing education. The program partners consisted of the Village Government, Youth Organization (Karang Taruna), MSMEs, and the coastal community of Putrapinggan Village. The results showed an increase in participants' understanding of the shrimp paste production process, the importance of product quality, packaging design, and the utilization of digital platforms for marketing. Besides receiving education, participants were provided with simple production equipment to improve business productivity. This program contributes to enhancing community capacity in developing local potential-based businesses and has the potential to sustainably strengthen economic diversification for coastal communities.

Keywords: *Shrimp Paste, Economic Diversification, Coastal Community, Digital Marketing*

Abstrak

Desa Putrapinggan, Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran memiliki potensi sumber daya udang yang melimpah, namun pemanfaatannya masih didominasi oleh penjualan bahan baku sehingga nilai tambah ekonomi yang diperoleh masyarakat relatif rendah. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Program Pengabdian Berbasis Kewirausahaan (PPBK) bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengolah udang menjadi produk terasi yang memiliki daya saing melalui desain kemasan dan pemasaran digital. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan melalui wawancara dan observasi, penyuluhan, demonstrasi proses produksi serta edukasi pemasaran digital. Mitra kegiatan terdiri atas Pemerintah Desa, Karang Taruna, pelaku UMKM, dan masyarakat pesisir Desa Putrapinggan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai proses produksi terasi, pentingnya kualitas produk, desain kemasan, serta pemanfaatan platform digital sebagai media pemasaran. Selain memperoleh edukasi, peserta juga menerima dukungan berupa alat produksi sederhana untuk meningkatkan produktivitas usaha. Program ini berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal dan berpotensi memperkuat diversifikasi ekonomi masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

Kata kunci: Terasi Udang, Diversifikasi Ekonomi, Masyarakat Pesisir, Pemasaran Digital

Copyright©2026. Agi Rosyadi dan kawan-kawan
This is an open access article under the CC-BY NC-SA license.
DOI: <https://doi.org/10.30656/sdyx4k84>

PENDAHULUAN

Udang merupakan komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan dapat diolah menjadi berbagai produk olahan, salah satunya adalah terasi. Jenis udang yang umum digunakan dalam pembuatan terasi adalah udang rebon (*Acetes Indicus.*), yang memiliki ukuran kecil dan melimpah di perairan pesisir Indonesia. Udang rebon memiliki tekstur dan rasa yang khas, sehingga sangat cocok untuk diolah menjadi terasi melalui proses fermentasi (Masud et al., 2020).

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki potensi sumber daya laut yang melimpah, termasuk komoditas udang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Provinsi Jawa Barat termasuk menghasilkan produksi komoditas udang terbesar kedua dari 3 provinsi di Indonesia pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2023).

Tabel 1. Produksi Udang Terbesar Menurut 3 (tiga) Provinsi Tahun 2023

No	Provinsi	Produksi Perikanan Budidaya - Udang (Ton)
1	Nusa Tenggara Barat	194.648
2	Jawa Barat	132.599
3	Jawa Timur	118.330

Sumber: BPS 2023 (data diolah)

Desa Putrappingan, yang terletak di Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran, merupakan wilayah pesisir strategis dengan potensi sumber daya laut yang melimpah. Kabupaten Pangandaran sendiri merupakan pilar perikanan Jawa Barat dengan catatan produksi udang mencapai 537.558 kg (Apriliani et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa Desa Putrappingan, yang terletak di Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran memiliki potensi besar dalam pengembangan industri olahan udang, termasuk produksi terasi sebagai upaya diversifikasi ekonomi masyarakat pesisir.

Udang tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga kaya akan nutrisi seperti asam amino, makro mineral dan mikro mineral yang bermanfaat bagi Kesehatan (Dayal et al., 2013). Begitu juga dengan terasi udang, sebagai produk olahan fermentasi, terasi udang memiliki profil asam amino yang kaya, termasuk lisin, leusin, dan valin, yang penting untuk pertumbuhan dan perbaikan jaringan tubuh (Wenno et al., 2022). Proses pembuatan terasi meliputi beberapa tahapan, yaitu (Sajriawati, 2022): 1).Penyortiran udang; 2).Pencucian udang; 3).Proses tiriskan; 4).Pencampuran garam; 5).Proses

fermentasi; 6).Proses penjemuran tahap 1; 7).Proses penggilingan tahap 1; 8).Proses penjemuran tahap 2; 9).Proses penggilingan tahap 2; 10).Proses pencetakan; 11).Proses penjemuran tahap 3; 12).Proses pengemasan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk terasi udang melalui beberapa strategi mulai dari pengembangan merek yang kuat untuk dapat meningkatkan identitas dan citra produk, sehingga mempengaruhi persepsi konsumen dan meningkatkan minat beli (Nasir et al., 2024), kemudian desain kemasan yang menarik berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Hutajulu et al., 2024), dan yang terakhir adalah pemanfaatan pemasaran digital sebagai tantangan pemasaran produk pasca-pandemi (Virgiyanti et al., 2025). Pemasaran melalui platform digital seperti e-commerce dan media sosial dapat memperluas jangkauan target pemasaran produk terasi udang rebon secara signifikan (Irkhos et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pemasaran produk olahan udang dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat pesisir.

Selain itu kegiatan ini sejalan dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) khususnya pada tujuan No Poverty, yaitu mengurangi tingkat kemiskinan melalui pemberdayaan ekonomi Masyarakat (Najamudin & Al Fajar, 2024). Program ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha masyarakat serta memperkuat ekonomi lokal melalui pengembangan usaha berbasis potensi daerah.

Program Pengabdian yang berfokus pada pengembangan kewirausahaan ini dilaksanakan melalui kemitraan dengan Pemerintah Desa dan Karang Taruna Desa Putraringgan, Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran. Program ini dirancang untuk menjawab berbagai tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, khususnya para pelaku UMKM dan nelayan, dalam mengoptimalkan pemanfaatan udang sebagai bahan baku pembuatan produk terasi. Tantangan tersebut meliputi minimnya pengetahuan tentang pengolahan udang menjadi terasi udang, kurangnya pemahaman dalam pengelolaan dan strategi pemasaran terutama pemasaran digital serta pola pikir yang masih terfokus pada hasil penjualan tanpa mempertimbangkan aspek kualitas dan kesinambungan usaha. Untuk menjawab permasalahan tersebut, program ini

menawarkan sejumlah solusi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2. Permasalahan dan Solusi

No	Permasalahan	Solusi
1	Kurangnya Pengetahuan tentang Produk Olahan Udang	• Penyuluhan dan Edukasi tentang jenis produk olahan dari udang terutama menjadi terasi udang • Perancangan dan pengadaan alat produksi sederhana seperti alat cetakan yang ramah lingkungan dan hemat biaya • Demonstrasi tentang proses produksi terasi udang.
2	Minimnya Pengetahuan Manajemen dan Pemasaran Digital	• Dilakukan penyuluhan mengenai pemasaran produk terutama pemasaran produk secara digital.
3	Orientasi pada Hasil Penjualan dan Kualitas Produk	• Edukasi warga agar memahami bahwa sistem pemasaran itu melibatkan banyak pihak, baik internal Perusahaan maupun eksternal Perusahaan (pemasaran terintegrasi)

Program ini dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan yang mencakup penyuluhan dan edukasi. Setiap kegiatan akan diarahkan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada mitra-mitra program mengenai potensi dan nilai tambah produk olahan udang, strategi pemasaran yang efektif, serta pentingnya fokus pada kualitas produk dan pemasaran terintegrasi.

Penyuluhan dan Edukasi

Penyuluhan dilakukan secara sistematis untuk memperkuat pemahaman mitra terhadap produk olahan udang, terutama terasi udang. Materi edukasi membahas manfaat produk, rancangan alat produksi sederhana, teknik pembuatan terasi udang.

Edukasi Pemasaran ini difokuskan pada pengenalan dan penggunaan platform digital seperti website, Shopee, Tokopedia, Instagram, dan Facebook, serta pemahaman tentang strategi promosi dan pengelolaan konten. Tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan pemasaran, mendorong peningkatan penjualan, dan membangun brand awareness produk secara berkelanjutan. Selain itu dilakukan edukasi tentang pemasaran terintegrasi, dimana Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya kolaborasi antarvbagian dalam sistem pemasaran, baik dari sisi internal (produksi dan pemasaran)

maupun eksternal (distributor, pengecer). Edukasi ini ditujukan untuk mendorong perubahan paradigma dari orientasi penjualan ke orientasi kualitas dan keberlanjutan usaha.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam kegiatan Pengabdian pada Masyarakat - Program Pengabdian Berbasis Kewirausahaan (PPBK) merupakan serangkaian langkah yang dirancang secara sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat terkait dengan produk terasi dari udang. Proses ini melibatkan beberapa tahapan yang penting untuk memastikan keberhasilan program dan keberlanjutan hasilnya, mulai dari identifikasi kebutuhan sampai dengan evaluasi dan monitoring keberlanjutan. Berikut adalah tahapan yang diterapkan:

Kegiatan diawali dengan pengumpulan informasi secara mendalam melalui wawancara intensif (depth interview) bersama mitra terkait pada hari Rabu tanggal 24 Juni 2026. Wawancara ini bertujuan untuk menggali secara komprehensif kebutuhan serta potensi yang dimiliki oleh mitra dalam konteks produksi dan pemasaran produk olahan udang, khususnya terasi udang. Informasi yang diperoleh dari tahap ini menjadi landasan dalam merumuskan strategi dan langkah-langkah pengembangan selanjutnya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, langkah berikutnya adalah melakukan identifikasi atau analisis kebutuhan. Proses ini mencakup telaah mendalam terhadap data yang telah diperoleh, sehingga dapat diketahui secara jelas apa saja yang diperlukan oleh mitra untuk meningkatkan kualitas produksi dan efektivitas pemasaran produk terasi udang. Dari analisis ini pula ditentukan jenis penyuluhan dan edukasi yang paling sesuai untuk mendukung perkembangan usaha pengolahan terasi udang.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan sosialisasi dan pengenalan produk terasi udang kepada mitra serta masyarakat luas pada hari Kamis tanggal 16 Juli 2026. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan ketertarikan terhadap produk tersebut. Materi yang disampaikan meliputi proses produksi dan potensi ekonominya. Tahapan ini menjadi penting dalam menumbuhkan kesadaran dan semangat kewirausahaan masyarakat terhadap produk olahan udang sebagai salah satu

potensi unggulan lokal.

Selain itu, untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, diadakan pula edukasi pemasaran digital. Pelatihan ini mencakup pengenalan berbagai platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, serta pemanfaatan media sosial bisnis seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Mengingat pasca pandemi era digital memberikan peluang besar untuk memasarkan produk secara lebih efisien dan efektif, edukasi ini diharapkan mampu membantu mitra memanfaatkan platform digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan terasi udang.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan ini, dilakukan evaluasi berupa penyebaran kuesioner kepada para mitra dengan cakupan pertanyaan terkait manfaat kegiatan yang dirasakan mitra, serta kritik dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berjalan dengan lancar dan mendapat respons positif dari peserta. Pada tahap awal kegiatan, peserta diberikan pemahaman terkait proses produksi terasi, peserta kemudian mendapatkan edukasi mengenai proses pemasaran digital, mulai dari pengemasan hingga pilihan channel pemasaran digital.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

Salah satu bagian yang paling menarik adalah sesi diskusi dan tanya jawab terkait proses pemasaran terasi, pemilihan jenis udang dan Solusi atas warna terasi yang lebih gelap setelah diproduksi. Hal ini menunjukkan warga antusias dan sadar akan potensi di wilayahnya serta kendala pemasaran selama ini.



Gambar 2. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan. Salah satunya adalah keterbatasan waktu yang membuat penyampaian materi belum sepenuhnya mendalam. Namun demikian, kegiatan ini memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terkait peningkatan nilai tambah udang menjadi produk terasi udang untuk diversifikasi ekonomi. Akhir dari kegiatan ini masyarakat mendapatkan satu set alat cetak terasi, 1 (satu) pcs produk terasi udang, materi presentasi beserta alat tulis.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Program Pengabdian Berbasis Kewirausahaan (PPBK) di Desa Putrapinggan, Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran telah terlaksana dengan baik dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengembangan usaha terasi udang berbasis potensi lokal. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai proses pengolahan udang menjadi produk terasi yang bernilai tambah, desain kemasan yang

menarik, serta penerapan strategi pemasaran digital sebagai upaya meningkatkan daya saing produk.

Dampak dari pelaksanaan kegiatan ini adanya perubahan perspektif masyarakat, dari yang semula berorientasi pada hasil penjualan menjadi lebih memperhatikan aspek kualitas produk, identitas merek, dan strategi pemasaran yang terintegrasi. Kemudian dukungan berupa penyuluhan, edukasi, demonstrasi proses produksi, serta penyediaan alat produksi sederhana diharapkan mampu mendorong peningkatan kualitas produk dan produktivitas usaha masyarakat.

Meskipun pelaksanaan program masih menghadapi keterbatasan waktu sehingga pendalaman materi belum dapat dilakukan secara optimal, secara umum tujuan kegiatan telah tercapai. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan yang berkelanjutan sebagai kegiatan PKM selanjutnya, khususnya dalam implementasi pemasaran digital, penguatan kapasitas manajemen usaha, pengembangan kemasan yang sesuai dengan preferensi pasar, serta perluasan jaringan pemasaran melalui *platform* digital. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk terasi udang, memperluas akses pasar, serta mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir secara berkelanjutan sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya pada aspek pengentasan kemiskinan melalui penguatan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, I. M., Hamdani, H., & Rizal, A. (2021). Produktivitas Alat Tangkap Pada Operasi Penangkapan Udang Di Kabupaten Pangandaran Selama Tahun 2015-2019. *ALBACORE Jurnal Penelitian Perikanan Laut*, 4(2), 141–148. <https://doi.org/10.29244/core.4.2.141-148>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Produksi Perikanan Budidaya Menurut Komoditas Utama*. Badan Pusat Statistik (BPS). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTUxMyMy/produksi-perikanan-budidaya-menurut-komoditas-utama.html>
- Dayal, J. S., Ponniah, A. G., Khan, H. I., Babu, E. P. M., Ambasankar, K., & Vasagam, K. P. K. (2013). Shrimps – a nutritional perspective. *CURRENT SCIENCE*, 104(11).
- Hutajulu, D. S., Ingepuri, P., Musnaini, M., Octavia, A., Masriani, I., & Utama, A. N. B. (2024). Optimalisasi pengembangan kemasan dan digital marketing untuk meningkatkan branding “gom-gom snack.” *Ejoin : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(6), 913–921. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i6.2901>

- Irkhos, I., Coryanata, I., Jarmuji, J., & Sugianto, N. (2022). Mekanisasi Pengolahan dan Manajemen Pemasaran Secara Online Terasi Udang Rebon. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 604. <https://doi.org/10.30651/aks.v6i4.5242>
- Masud, F., Laily, D. W., & Makhfudhoh, M. (2020). Analisis Usaha Terasi Udang Rebon (*Acetes indicus*) Di Kabupaten Lamongan. *Grouper*, 11(2), 1. <https://doi.org/10.30736/grouper.v11i2.69>
- Najamudin, F., & Al Fajar, A. H. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal Melalui Pendekatan Abcd Untuk Mencapai Sdg 1: Tanpa Kemiskinan. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(2), 142–158. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936>
- Nasir, Nurhaedar, Sudirman, Syah, S. R., & Harun, S. (2024). Strategi Branding untuk Meningkatkan Daya Saing Sambal Pecel Kanaya di Pasar Lokal dan Digital. *Babakti: Journal of Community Engagement*, 2(1), 9–16. <https://doi.org/10.35706/babakti.v2i1.66>
- Sajriawati. (2022). Proses Pengolahan Terasi Udang Rebon Skala Rumah Tangga di Pesisir Pantai Lampu Satu Kabupaten Merauke. *NEKTON: Jurnal Perikanan dan Ilmu Kelautan*, 2(1), 35–42. <https://doi.org/10.47767/nekton.v2i1.313>
- Virgiyanti, D. F., Manaanu, Y. A., Kamaluddin, I., Kurniawan, B. G., Wicaksana, F. A., Yogaiswari, K. A., Kurniawan, A. R., & Sasongko, Y. B. (2025). Manajemen pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(1), 189–201. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i1.23284>
- Wenno, M. R., Leiwakabessy, J., Wattimena, M. L., Tupan, J., & Parinussa, K. (2022). Komposisi kimia dan profil asam amino terasi udang asal desa namara kabupaten kepulauan aru. *Inasua: Jurnal Teknologi Hasil Perikanan*, 2(1), 108–112. <https://doi.org/10.30598/jinasua.2022.2.1.108>