PENINGKATAN NILAI TAMBAH PRODUK BUDIKDAMBER MELALUI PENGENALAN INOVASI PRODUK DAN PENGEMASAN

Garist Sekar Tanjung[1], Nabila Nurrulhusna[2], Muntoro[3], Rati Purwasih[4], Iwan Setiawan[5], Rostiar Sitorus[6], Eni Karsiningsih[7], Yudi Sapta Pranoto[8], Yulia[9], Novyandra Ilham Bahtera[10]
[1]Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Kelautan, Universitas Bangka Belitung
email korespondensi: garist@ubb.ac.id

Article History
Received : 22/10/2026
Revised : 19/11/2026
Accepted : 20/11/2026

Abstract : Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar Berkarya di Desa Air Ruai mengenai nilai tambah dan peluang pengembangan produk yang dihasilkan dari sistem budidaya ikan dan sayuran dalam ember (budikdamber). Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 28 Agustus 2026 di kediaman ketua kelompok dan melibatkan 29 peserta. Metode yang digunakan meliputi pengisian *pre-test*, presentasi, demonstrasi produk, diskusi, dan evaluasi dengan menggunakan *post-test*. Materi yang disampaikan mencakup nilai tambah produk, tampilan dan kemasan produk, identitas produk, pertimbangan penetapan harga, serta peluang pemasaran. Dua contoh produk bernilai tambah yang diperkenalkan, yaitu ikan lele *frozen* berbumbu dan kangkung siap olah. Rata-rata skor peserta meningkat dari 76 pada *pre-test* menjadi 80 pada *post-test*, yang menunjukkan kenaikan sebesar 4 poin atau sekitar 5,26% dari skor awal. Hasil deskriptif ini mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman setelah sesi berlangsung, namun tidak menunjukkan signifikansi statistik maupun membuktikan adanya adopsi secara komersial. Pendampingan lanjutan diperlukan untuk mendukung aspek produksi praktis, pengemasan, penetapan harga, dan pengujian pasar.

Keywords Nilai Tambah; Pengemasan; Pengembangan Produk; Kelompok Wanita Tani

Pendahuluan

Budikdamber (budidaya ikan dalam ember) merupakan salah satu inovasi teknologi budidaya perikanan dan pertanian terintegrasi yang memadukan pemeliharaan ikan lele dengan penanaman kangkung dalam satu wadah ember secara bersamaan. Teknologi ini cukup diminati oleh masyarakat karena tidak membutuhkan lahan luas, biaya operasional relatif rendah, serta dapat menghasilkan dua komoditas sekaligus, yaitu ikan lele dan sayuran kangkung.

Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Lestari, Desa Air Ruay telah menerapkan sistem budikdamber sebagai bagian dari kegiatan kelompok untuk menunjang ketahanan pangan keluarga sekaligus menambah pendapatan rumah tangga. Namun, hasil panen lele dan kangkung biasanya dijual dalam kondisi tanpa kemasan yang memadai. Lele biasa dijual dalam kantong plastik polos, sedangkan kangkung hanya diikat dengan tali rafia tanpa label maupun identitas produk. Cara penjualan yang demikian menyebabkan produk kurang menarik secara visual, tidak memiliki identitas atau merek (branding), serta rentan mengalami penurunan kualitas karena kemasan yang tidak sesuai standar higienitas.

Padahal, inovasi pengemasan yang tepat dapat memberikan nilai tambah signifikan terhadap suatu produk, baik dari sisi daya tahan simpan, higienitas, maupun daya tarik konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan harga jual dan daya saing produk di pasaran. Program studi Agribisnis Universitas Bangka Belitung memiliki kompetensi di bidang pengembangan usaha pertanian, pengemasan produk, serta manajemen dan pemasaran, sehingga relevan untuk memberikan pendampingan kepada KWT Mekar Berkarya dalam upaya inovasi pengemasan produk budikdamber..

Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada 28 Agustus 2026 di rumah Ketua KWT di Desa Air Ruai, Kecamatan Pemali, Kabupaten Bangka. Sebanyak 29 peserta hadir, terdiri atas tim pengabdian, ketua KWT, dan anggota KWT. Pelaksanaan menggunakan metode ceramah, demonstrasi produk, diskusi, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test.

Tahapan kegiatan meliputi: (1) pengisian pre-test untuk memperoleh gambaran awal pemahaman peserta; (2) pemaparan materi menggunakan presentasi berjudul “Strategi Meningkatkan Nilai Tambah Produk Pertanian: Dari Produk Mentah Menjadi Produk Bernilai dan Berdaya Saing”; (3) demonstrasi contoh produk; (4) diskusi bersama peserta; dan (5) pengisian post-test. Materi mencakup konsep nilai tambah, pengembangan produk, fungsi kemasan dan identitas produk, pertimbangan harga jual berdasarkan nilai yang diterima konsumen, serta peluang pemasaran produk budikdamber.

Evaluasi dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan nilai rata-rata pre-test dan post-test. Selisih nilai dihitung dari skor post-test dikurangi skor pre-test, sedangkan persentase kenaikan relatif dihitung dengan membagi selisih tersebut dengan nilai pre-test lalu dikalikan 100%. Data yang tersedia tidak mencakup hasil uji statistik, sehingga perubahan skor tidak ditafsirkan sebagai bukti signifikansi statistik.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 28 Agustus 2026 di rumah Ketua Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Air Ruai, Kecamatan Pemali, Kabupaten Bangka. Kegiatan diikuti 29 peserta yang terdiri atas tim pengabdian, ketua KWT, dan anggota kelompok. Rangkaian kegiatan meliputi pre-test, pemaparan materi, demonstrasi contoh produk, diskusi, dan post-test. Berdasarkan laporan pelaksanaan, kegiatan berlangsung tanpa kendala berarti. Kombinasi pemaparan dan contoh produk digunakan untuk menjembatani konsep yang bersifat abstrak—nilai tambah—dengan pilihan pengembangan produk yang dapat dikenali peserta.

Materi berjudul “Strategi Meningkatkan Nilai Tambah Produk Pertanian: Dari Produk Mentah Menjadi Produk Bernilai dan Berdaya Saing” menekankan bahwa

nilai produk tidak hanya ditentukan oleh komoditas yang dihasilkan, tetapi juga oleh bentuk produk, kemudahan penggunaan, penanganan, informasi, dan cara produk ditawarkan kepada konsumen. Dalam konteks budikdamber, lele dan kangkong merupakan dua hasil panen yang berpotensi dikembangkan melalui aktivitas hilir. Pengembangan ini sejalan dengan pendekatan agribisnis yang melihat kegiatan produksi, pengolahan, dan pemasaran sebagai rangkaian yang saling berhubungan (Saragih, 2010). Namun, peluang nilai tambah perlu dinilai berdasarkan biaya tambahan, kemampuan produksi kelompok, dan kesediaan konsumen membayar; perubahan bentuk produk saja tidak otomatis menjamin keuntungan.

Dua contoh produk yang diperkenalkan melalui demonstrasi lele frozen berbumbu dan kangkung siap tumis. Lele frozen berbumbu memberi ilustrasi bagaimana produk ikan dapat ditawarkan dalam bentuk yang lebih praktis untuk disimpan dan disiapkan, sedangkan kangkong siap tumis menunjukkan peluang mengurangi pekerjaan persiapan bagi konsumen. Contoh tersebut berfungsi sebagai bahan pembelajaran dan belum dapat dianggap sebagai produk yang telah diproduksi secara rutin atau dipasarkan secara komersial oleh KWT. Pengembangan produk perikanan siap saji juga telah dibahas sebagai salah satu strategi peningkatan nilai tambah, meskipun penerapan pada mitra tetap memerlukan pengujian teknis dan pasar (Hasan et al., 2025).

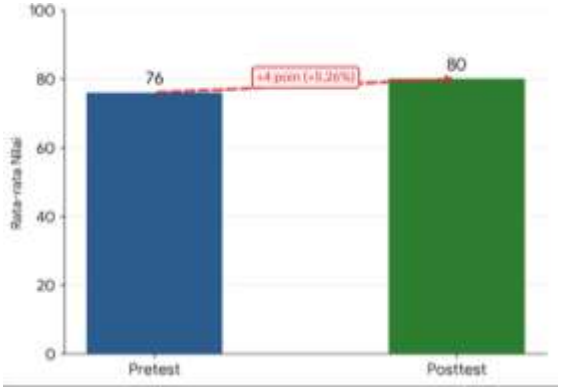
Pengemasan merupakan bagian penting dari pengembangan produk karena memiliki beberapa fungsi sekaligus: melindungi produk, membantu menjaga mutu selama penanganan dan distribusi, menyajikan produk secara menarik, serta menyediakan ruang untuk informasi produk. Panduan FAO mengenai pengolahan ikan air tawar menekankan bahwa pemilihan bahan dan metode kemasan yang tepat berkaitan dengan perlindungan dari kontaminasi dan kerusakan, daya simpan, distribusi, daya tati konsumen, dan penyampaian informasi (FAO, n.d.). Dengan demikian, kemasan tidak seharusnya dipilih hanya berdasarkan penampilan. Untuk lele beku, pengembangan lebih lanjut perlu memperhatikan kesesuaian kemasan untuk pangan, kebocoran, suhu penyimpanan, dan rantai dingin. Untuk kangkung siap tumis, perlu diperhatikan kebersihan bahan, kelembapan, sirkulasi atau kondisi kemasan yang sesuai, serta penanganan selama penyimpanan. Hal-hal tersebut merupakan arahan pengembangan berikutnya, bukan hasil uji teknis yang telah dilakukan dalam kegiatan ini.

Identitas produk juga penting karena membantu konsumen mengenali produk dan membedakannya dari produk lain. Label yang dirancang dengan baik dapat menyampaikan nama produk, identitas produsen, berat atau isi bersih, petunjuk penyimpanan, serta informasi lain yang relevan sesuai jenis dan ketentuan produk. Pendampingan desain kemasan pada usaha kecil menunjukkan bahwa edukasi, pelatihan, dan pendampingan dapat meningkatkan pemahaman mitra mengenai kemasan sebagai bagian dari nilai tambah dan branding (Putri et al., 2023). Seftiono et al. (2021) juga melaporkan bahwa pendampingan kemasan dapat membantu pelaku usaha memperbaiki desain serta informasi pada kemasan. Temuan-temuan tersebut mendukung relevansi topik yang diperkenalkan kepada KWT, tetapi tidak boleh diperlakukan sebagai bukti bahwa hasil serupa telah terjadi pada mitra dalam kegiatan ini.

Untuk kelompok tani, pengembangan kemasan perlu disesuaikan dengan kapasitas produksi, keterampilan, ketersediaan bahan, dan kemampuan pembiayaan kelompok. Pengalaman pendampingan rebranding kemasan sayuran pada kelompok tatis tani menunjukkan pentingnya mempertimbangkan kebutuhan pasar dan kemampuan finansial mitra dalam merancang kemasan (Pinandoyo et al., 2022). Karena itu, tatist awal yang realistis bagi KWT tatis memilih bentuk produk prioritas, mengidentifikasi konsumen

sasaran, membandingkan beberapa alternatif kemasan, dan menghitung biaya per unit sebelum menetapkan harga jual. Biaya yang perlu dicatat mencakup bahan baku, bumbu atau bahan pendukung, kemasan, label, tenaga kerja, energi, penyimpanan dingin bila relevan, transportasi, dan potensi produk rusak. Harga jual kemudian perlu mempertimbangkan biaya total serta nilai yang dirasakan konsumen, bukan sekadar menambahkan biaya kemasan secara terpisah.

Pada aspek pemasaran, tampilan produk sebaiknya dikembangkan bersama pesan produk dan saluran penjualan yang sesuai. Informasi sederhana melalui grup pesan, media tatis, katalog digital, atau penjualan langsung dapat diuji secara bertahap, dengan tetap memperhitungkan kemampuan anggota dan kebiasaan calon konsumen. Putri et al. (2023) juga menekankan perlunya penguatan pengetahuan pemasaran digital sebagai tindak lanjut dari peningkatan keterampilan kemasan. Untuk KWT, strategi tersebut dapat dimulai dengan foto produk yang jelas, nama produk yang konsisten, informasi ukuran atau isi, cara penyimpanan, serta kontak pemesanan. Efektivitas saluran pemasaran tersebut belum diukur dalam kegiatan 28 Agustus 2026, sehingga perlu dievaluasi pada tahap pendampingan lanjutan.



Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata nilai pre-test 76 dan rata-rata nilai post-test 80. Selisihnya sebesar 4 poin, sedangkan kenaikan terhadap nilai awal (80 – 76) / 76 × 100% = 5,26%. Hasil ini memberi indikasi deskriptif bahwa skor pemahaman peserta setelah kegiatan lebih tinggi daripada sebelum kegiatan. Meski demikian, laporan tidak menyediakan data individu, ukuran sebaran, kelompok pembanding, atau uji statistik. Oleh sebab itu, peningkatan tersebut tidak dapat ditafsirkan sebagai bukti signifikansi.



Gambar 1. Foto bersama setelah kegiatan pengabdian

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada 28 Agustus 2026 di Desa Air Ruai, Kecamatan Pemali, Kabupaten Bangka, diikuti oleh 29 peserta dari tim pengabdian dan KWT. Melalui pre-test, pemaparan materi, demonstrasi contoh produk, diskusi, dan post-test, kegiatan memperkenalkan konsep nilai tambah serta peluang pengembangan hasil budikdamber menjadi produk yang lebih praktis, yaitu lele frozen berbumbu dan kangkung siap tumis.

Rata-rata skor evaluasi meningkat dari 76 pada pre-test menjadi 80 pada post-test, dengan kenaikan 4 poin atau sekitar 5,26% dibandingkan skor awal. Perubahan ini merupakan indikasi deskriptif peningkatan skor pemahaman setelah kegiatan, tetapi data yang tersedia belum cukup untuk menyatakan signifikansi statistik. Kegiatan juga belum membuktikan bahwa KWT telah menerapkan inovasi tersebut secara rutin atau memperoleh kenaikan harga jual maupun pendapatan.

Secara substantif, kegiatan memberi dasar awal bagi pengembangan usaha hilir melalui diversifikasi produk, perhatian terhadap fungsi kemasan dan identitas produk, serta pertimbangan biaya dan pemasaran. Manfaat ekonomi dari inovasi

tersebut baru dapat dinilai setelah mitra melakukan praktik produksi, memilih kemasan yang sesuai, menghitung biaya dan harga jual, serta menguji penerimaan konsumen. Oleh karena itu, keberlanjutan program sebaiknya diarahkan pada pendampingan praktis dan evaluasi hasil yang terukur.

Saran

Pertama, melakukan pendampingan lanjutan agar anggota KWT dapat mempraktikkan pengembangan produk, pemilihan kemasan yang sesuai, dan penanganan pangan secara higienis. Lalu, melakukan uji coba pasar untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap lele frozen berbumbu dan kangkung siap tumis. Kemudian pendampingi perhitungan biaya produksi, harga pokok, dan harga jual agar potensi nilai tambah dapat dinilai secara ekonomi, serta mengembangkan merek, label, dan media pemasaran secara bertahap sesuai kapasitas kelompok.

Daftar Pustaka

Budirahardjo, S., & Wibowo, S. (2024). Optimizing yard space for independent food security in Kebonbatur Village. Community Empowerment, 9(6), 935–941. https://doi.org/10.31603/ce.11552

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (n.d.). Packaging used in freshwater fish processing. https://www.fao.org/4/w0495e/w0495E05.htm

Hafiludin, H., Chandra, A. B., Alfisuma, M. Z., & Pratiwi, W. S. W. (2025). Peningkatan nilai tambah produk perikanan pesisir dengan perbaikan kemasan dan pemasaran. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 6(3), 695–711.

Hasan, H. A., Masnawaty, S., Reni, A., & Haerani, H. (2025). Peningkatan nilai tambah ikan kembung melalui produksi fillet beku siap saji bagi nelayan dan UMKM pesisir. Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 4(2), 137–143.

Kusnadi, N. (2018). Budikdamber: Budidaya ikan dalam ember sebagai solusi budidaya perikanan skala rumah tangga. Bogor: IPB Press.

Pinandoyo, D. B., Masnar, A., & Supardianningsih. (2022). Food packaging rebranding assistance for vegetable products of OkeFarm Neglasari Women Farmer Group. Engagement: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 6(1), 173–186. https://doi.org/10.29062/engagement.v6i1.986

Putri, G. R., Lubis, R. F., Arsil, F., Sitorus, T. M., Zulhamidi, & Siregar, R. S. (2023). Teknologi desain kemasan dalam upaya peningkatan value added produk usaha kecil dan menengah. Journal of Industrial Community Empowerment, 2(1), 24–29. https://doi.org/10.52759/jice.v2i1.191

Rahayu, W. P., & Nurwitri, C. C. (2012). Mikrobiologi pangan. Bogor: IPB Press.

Saragih, B. (2010). Agribisnis: Paradigma baru pembangunan ekonomi berbasis pertanian. Bogor: IPB Press.

Scabra, A. R., Marzuki, M., Setyono, B. D. H., & Mulyani, L. F. (2022). Pemanfaatan teknologi budikdamber (budidaya ikan di dalam ember) sebagai model urban farming berkelanjutan. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 5(1), 117–123.

Seftiono, H., Maulidian, M., Sumiasih, I. H., & Puspitawati, M. D. (2021). Program pendampingan kemasan pangan bagi tenant melalui Pusat Pengembangan Wirausaha Bioindustri. Abdihaz: Jurnal Ilmiah Pengabdian pada Masyarakat, 3(2), 49–54. https://doi.org/10.32663/abdihaz.v3i2.1472

Suryani, A., Hambali, E., & Rivai, M. (2019). Inovasi kemasan sebagai strategi peningkatan nilai tambah produk pertanian. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2), 45–52..