

**INOVASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT NELAYAN MELALUI
DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN IKAN DAN DIGITALISASI
PEMASARAN DI DESA SEMIRING KABUPATEN SITUBONDO**

Agusti¹, Dasscik², Sri Ayudha M³, Budiono⁴, Moh Ikramullah⁵, Robiatul Adawiyah⁶
STKIP PGRI Situbondo

Koresponding Penulis: Agusrirandha7@gmail.com

Abstrak

Masyarakat nelayan di Desa Semiring, Kecamatan Mangaran, Kabupaten Situbondo memiliki potensi sumber daya perikanan yang melimpah, namun pemanfaatannya masih terbatas pada penjualan ikan segar sehingga nilai ekonomi yang diperoleh relatif rendah. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengolah hasil tangkapan menjadi produk bernilai tambah, memperbaiki kualitas kemasan produk, serta memperluas akses pemasaran melalui platform digital. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) yang meliputi tahap sosialisasi, pelatihan, pendampingan, penerapan teknologi, dan evaluasi. Kegiatan pelatihan mencakup pembuatan abon ikan premium, produk frozen food, desain kemasan modern, perhitungan harga pokok produksi (HPP), serta pemanfaatan WhatsApp Business dan Instagram sebagai media pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam mengolah produk perikanan, tersedianya produk dengan kemasan yang lebih higienis dan menarik, terbentuknya akun pemasaran digital, serta meningkatnya kesiapan masyarakat dalam mengembangkan usaha mikro berbasis potensi lokal. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan peluang peningkatan pendapatan keluarga nelayan.

Kata kunci: pemberdayaan masyarakat, nelayan, diversifikasi produk, digital marketing, UMKM

Abstract

The fishing community in Semiring Village, Mangaran District, Situbondo Regency, possesses abundant fishery resources; however, their utilization remains limited to the sale of fresh fish, resulting in relatively low economic returns. This community service program aims to enhance the community's capacity to process catches into value-added products, improve product packaging quality, and expand market access via digital platforms. The program employs the Participatory Action Research (PAR) method, comprising stages of socialization, training, mentoring, technology implementation, and evaluation. Training activities covered the production of premium fish floss and frozen food, modern packaging design, calculation of the cost of goods sold (COGS), and the use of WhatsApp Business and Instagram for marketing. Results indicate improved participant skills in processing fishery products, the availability of products with more hygienic and attractive packaging, the establishment of digital marketing accounts, and

increased community readiness to develop micro-enterprises based on local potential. The program has positively impacted the knowledge, skills, and income-generation opportunities of fishing families.

Keywords: community empowerment, fishermen, product diversification, digital marketing, MSMEs

Pendahuluan

Pembangunan wilayah pesisir dan pemberdayaan masyarakat nelayan merupakan pilar strategis dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional serta mewujudkan kemandirian pangan yang berkelanjutan. Sebagai negara kepulauan, potensi sektor kelautan dan perikanan Indonesia memiliki nilai taktis yang sangat besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Suryana, 2021). Namun demikian, melimpahnya potensi sumber daya laut ini sering kali belum berbanding lurus dengan tingkat kesejahteraan sosio-ekonomi masyarakat pesisir. Mayoritas masyarakat nelayan tradisional masih berada dalam siklus kerentanan ekonomi akibat ketergantungan yang tinggi pada penjualan produk primer dalam bentuk ikan segar tanpa adanya sentuhan inovasi pascapanen (Widiastuti & Nugroho, 2022).

Hilirisasi produk perikanan melalui pengembangan produk turunan menjadi salah satu solusi krusial untuk mengatasi fluktuasi harga ikan yang kerap merugikan nelayan saat musim panen raya. Penjualan ikan segar secara langsung memiliki kelemahan mendasar, yaitu masa simpan produk yang sangat pendek (*perishable goods*) serta posisi tawar nelayan yang lemah di hadapan para tengkulak (Sudarsono dkk., 2023). Melalui pendekatan teori pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal, diversifikasi pangan berbasis ikan dapat meningkatkan nilai tambah (*value-added*) komoditas laut secara signifikan, membuka lapangan pekerjaan baru bagi kelompok perempuan dan ibu-ibu nelayan, serta memperkuat struktur ketahanan finansial keluarga pesisir (Pratama & Wijaya, 2024).

nelayan, pemuda usia produktif, kepala keluarga nelayan, serta perangkat Pemerintah Desa Semiring, Kecamatan Mangaran, Kabupaten Situbondo. Desa Semiring dipilih karena merepresentasikan wilayah pesisir yang memiliki potensi tangkapan laut melimpah, namun pemanfaatannya sebagai motor penggerak ekonomi sekunder masih sangat terbatas. Berdasarkan analisis situasi, profil kondisi eksisting mitra meliputi dua aspek utama:

- Sisi Hulu (Kondisi Eksisting Mitra): Masyarakat mengalami rendahnya kapasitas kognitif dan keterampilan dalam teknologi pengolahan pangan pascapanen. Ketika terjadi surplus tangkapan, komoditas ikan hanya dijual dengan harga murah atau mengalami pembusukan karena minimnya sarana penyimpanan dan nihilnya inovasi diversifikasi produk (Hidayat & Rahmawati, 2023).
- Sisi Hilir (Dampak Eksisting): Kondisi hulu tersebut berdampak langsung pada rendahnya pendapatan harian masyarakat, tingginya ketergantungan ekonomi pada sektor **hulu** semata, serta gagalnya produk lokal menembus pasar modern

(Sanjaya & Lestari, 2025).

Kesenjangan (*gap*) utama dari program intervensi yang pernah ada sebelumnya adalah pola pembinaan yang bersifat insidental dan belum terintegrasi dengan aspek hilirisasi pasar. Edukasi konvensional mengenai pengolahan ikan selama ini hanya berfokus pada teknik pembuatan produk tanpa mendampingi aspek standardisasi kemasan (*packaging*), legalitas produk, serta pemanfaatan ekosistem digital untuk perluasan pasar (Sanjaya & Lestari, 2025).

Mengacu pada prinsip *Blue Economy* (Ekonomi Biru), keberhasilan ekonomi kelautan ditentukan oleh penguatan rantai nilai (*value chain*), hilirisasi, dan efisiensi jalur distribusi (Nababan & F. N., 2025). Kebaruan (*novelty*) dari program pengabdian dosen ini terletak pada pendekatan pendampingan hulu-hilir (*end-to-end*) yang tidak hanya melatih keterampilan produksi teknis (abon ikan premium, nugget, dan produk beku), melainkan juga melakukan digitalisasi pemasaran berbasis komunitas serta manajemen usaha mikro.

Tujuan utama program ini adalah mengonversi komoditas hulu yang mudah rusak menjadi produk hilir bernilai jual tinggi melalui standardisasi kemasan modern dan adopsi platform digital guna meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga nelayan di Desa Semiring secara berkelanjutan. Program ini sejalan dengan pilar ketahanan pangan, penguatan UMKM kreatif pedesaan, serta pencapaian IKU Perguruan Tinggi STKIP PGRI Situbondo dalam hal hilirisasi riset dosen dan pelibatan aktif mahasiswa di luar kampus.

Permasalahan Prioritas

Berdasarkan hasil analisis situasi awal di lapangan dan diskusi bersama mitra di Desa Semiring, diperoleh beberapa permasalahan prioritas sebagai berikut:

1. Rendahnya Kapasitas Pengolahan Pascapanen: Keterampilan teknis (*hard skill*) masyarakat dalam melakukan diversifikasi produk olahan ikan sangat minim, sehingga komoditas laut yang bersifat *perishable goods* cepat membusuk saat panen raya (Hidayat & Rahmawati, 2023).
2. Rendahnya Standar Higienitas dan Estetika Kemasan: Kemasan produk olahan tradisional masih sangat sederhana, belum menggunakan material terstandar, serta tidak memiliki label informasi merek (*branding*) yang representatif (Kurniawan dkk., 2023).
3. Keterbatasan Akses Pasar dan Literasi Digital: Pemasaran masih bergantung pada rantai distribusi konvensional yang asimetris (tengkulak) karena nihilnya pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial (Noviana dkk., 2022).
4. Sifat Program Masa Lalu yang Parsial: Pembinaan sebelumnya hanya sebatas teknik pembuatan makanan tanpa adanya pendampingan manajemen Harga Pokok Penjualan (HPP) dan legalitas usaha (Sanjaya & Lestari, 2025).

Dampak sosial-ekonomi dari masalah ini adalah rendahnya pendapatan harian keluarga nelayan, hilangnya nilai tambah potensi maritim lokal, serta tingginya

kerentanan finansial saat musim paceklik (Widiastuti & Nugroho, 2022).

Metode pelaksanaan

Metode pelaksanaan program menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) agar mitra sasaran bertindak sebagai subjek utama penggerak ekonomi secara mandiri (Zimmerman, 2000). Rantai nilai ekonomi pesisir dirangkai melalui tahapan berikut:

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

- a. Persiapan dan Perencanaan: Melakukan survei awal pemetaan volume surplus ikan, koordinasi fasilitas tempat dengan Pemerintah Desa Semiring, penyusunan modul panduan formula abon premium, serta pengambilan data awal (*pre-test*).
- b. Pelatihan Teknis (Demplot): Penerapan transfer keterampilan pengolahan produk turunan ikan secara higienis untuk memperpanjang masa simpan komoditas laut (Zulbainarni dkk., 2025).
- c. Inovasi Kultural & Komersial: Melakukan bimbingan intensif pengemasan modern kedap udara menggunakan *hand sealer*, pembuatan desain stiker label, simulasi kalkulasi HPP, dan pembuatan akun niaga digital (WhatsApp Business/Instagram) (Sholikhah dkk., 2024; Yani dkk., 2023).
- d. Evaluasi Program: Pengukuran pemahaman kuantitatif-kualitatif melalui perbandingan nilai *pre-test* dan *post-test* serta observasi keterampilan psikomotorik mitra selama pelatihan.
- e. Pendampingan & Keberlanjutan: Penyerahan buku saku panduan inovasi, pemberian paket stimulan kemasan percontohan dan mesin penyegel, serta inisiasi kerja sama pembinaan UMKM berkala dengan Pemdes (Mansyur, 2025).

Partisipasi Mitra Sasaran

- a) Istri Nelayan & Remaja: Menghadiri seluruh sesi pelatihan, melakukan praktik produksi bersama, dan menjadi operator utama rintisan UMKM KUB.
- b) Nelayan (Hulu): Berkomitmen menjaga pasokan bahan baku ikan segar hasil tangkapan laut secara stabil.

Pemerintah Desa Semiring: Memfasilitasi tempat di Balai Desa serta mendukung Inovasi yang diintroduksikan dalam program ini adalah Inovasi Rantai Nilai Hulu-Hilir (*End-to-End Value Chain Innovation*) melalui pembentukan ekosistem pengolahan komoditas perikanan berbasis digital tingkat pedesaan (Sagita dkk., 2022).

Secara mekanis, teknologi tepat guna dan inovasi yang diterapkan terbagi menjadi dua subsistem:

1. Subsistem Produksi & Pengemasan (Hulu): Penerapan formula konversi *perishable goods* menjadi *value-added products* (abon premium) dengan standar sanitasi ketat (Zulbainarni, 2025). Pengemasan mengadopsi material *standing pouch aluminium foil* yang disegel secara mekanis menggunakan alat penyegel portabel (*hand sealer*) untuk memblokir kontaminasi udara dan memperpanjang masa kedaluwarsa secara alami (Sholikhah, 2024).

Subsistem Pemasaran Digital (Hilir): Transformasi sistem niaga melalui implementasi platform *digital marketing*. UMKM rintisan dibekali integrasi identitas merek visual (*rebranding* stiker), optimalisasi interaksi konsumen via *WhatsApp Business*, eksposisi produk di *Instagram*, serta penandaan titik niaga digital pada *Google Maps* untuk memperluas visibilitas pasar luar wilayah (Yani, 2023).

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Semiring, Kecamatan Mangaran, Kabupaten Situbondo dengan sasaran utama kelompok istri nelayan, pemuda produktif, dan masyarakat pesisir. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa, dilanjutkan dengan identifikasi kebutuhan peserta melalui survei awal dan pemberian instrumen pre-test. Tahapan berikutnya meliputi pelatihan diversifikasi produk olahan ikan, pelatihan pengemasan modern, pelatihan digital marketing, pendampingan penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP), pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB), hingga evaluasi dan pendampingan pasca pelatihan. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) sehingga peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat secara aktif dalam praktik pengolahan produk dan pengelolaan usaha.

Antusiasme peserta terlihat sejak awal kegiatan. Sebagian besar peserta belum pernah mengikuti pelatihan pengolahan hasil perikanan secara komprehensif yang mengintegrasikan aspek produksi, pengemasan, pemasaran digital, dan manajemen usaha. Kondisi tersebut menjadi dasar penting dalam penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Peningkatan Pengetahuan Peserta

Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mengenai teknik diversifikasi produk, sanitasi pengolahan pangan, pengemasan modern, pemasaran digital, dan manajemen usaha.

Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta

Indikator	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan
Pengetahuan pengolahan ikan	48	86	38
Pengetahuan kemasan produk	41	88	47
Pengetahuan digital marketing	29	82	53
Pengetahuan HPP	33	79	46
Rata-rata	38	84	46

Terjadi peningkatan rata-rata sebesar 46%, yang menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan kapasitas pengetahuan masyarakat. Hasil ini sejalan dengan

konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan peningkatan kapasitas individu sebagai dasar penguatan ekonomi lokal.

Hasil Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Ikan

Pada sesi praktik, peserta berhasil memproduksi beberapa jenis olahan ikan yang memiliki nilai tambah lebih tinggi dibandingkan ikan segar, antara lain:

1. Tepung ikan premium
2. Nugget ikan
3. Frozen food berbahan ikan

Produk yang dihasilkan memiliki tekstur yang lebih baik, cita rasa yang disukai peserta, serta masa simpan yang lebih panjang dibandingkan ikan segar. Sebelum kegiatan, masyarakat umumnya hanya menjual ikan hasil tangkapan secara langsung kepada tengkulak. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami bahwa pengolahan hasil tangkapan mampu meningkatkan nilai jual produk sekaligus mengurangi risiko kerugian akibat pembusukan ikan. Hal ini sesuai dengan tujuan program untuk mengubah komoditas perishable goods menjadi produk bernilai tambah melalui diversifikasi hasil perikanan melalui Pelatihan dengan maysakat Desa Semiring beserta Ibu PKK, Pelatihan ini juga di hadiri perwakilan pegawai Kecamatan Mangaran.



Foto: Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Ikan

Hasil Pelatihan Pengemasan Produk

Kegiatan berikutnya difokuskan pada peningkatan kualitas kemasan produk. Peserta diperkenalkan dengan penggunaan standing pouch aluminium foil dan hand sealer sebagai teknologi sederhana yang dapat meningkatkan daya simpan produk sekaligus memberikan tampilan yang lebih profesional.

Setelah pelatihan, seluruh kelompok peserta mampu:

1. menggunakan hand sealer secara mandiri;
2. membuat desain label sederhana;
3. mencantumkan informasi produk pada kemasan;
4. menghasilkan produk dengan kemasan yang lebih higienis dan menarik.

Perubahan kualitas kemasan memberikan nilai tambah karena produk menjadi lebih layak dipasarkan pada toko oleh-oleh, minimarket lokal, maupun platform digital. Peningkatan kualitas kemasan juga memperkuat identitas merek sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM masyarakat pesisir serta legalitas Produk Halal .



Foto: Hasil Pengemasan Produk dan Sertifikat Halal

Hasil Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan pemasaran digital memberikan pengalaman baru bagi peserta karena sebagian besar sebelumnya hanya mengandalkan penjualan langsung kepada tengkulak maupun pasar tradisional. Pada kegiatan ini peserta dilatih membuat akun WhatsApp Business, Instagram, serta mendaftarkan lokasi usaha pada Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setiap kelompok telah memiliki akun usaha digital yang dapat digunakan sebagai media promosi produk. Peserta juga memahami teknik dasar fotografi produk, penyusunan katalog digital, komunikasi dengan pelanggan, serta pengelolaan transaksi secara daring.

Pemanfaatan media digital memperluas peluang pemasaran produk tanpa harus bergantung pada distributor tradisional sehingga posisi tawar masyarakat menjadi lebih

kuat. Pendekatan ini mendukung pengembangan ekonomi berbasis digital sebagaimana diarahkan dalam konsep hilirisasi UMKM Desa Semiring.



Foto: Pelatihan Digital Marketing Sekaligus Zona Website UMKM Desa Semiring

Hasil Pendampingan Manajemen Usaha

Pendampingan manajemen usaha diarahkan pada penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP), pencatatan keuangan sederhana, serta pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB). Peserta memperoleh bimbingan mengenai cara menghitung biaya produksi, menentukan harga jual yang kompetitif, serta menyusun laporan keuangan sederhana. Selain itu, terbentuk struktur organisasi kelompok usaha yang terdiri atas ketua, sekretaris, bendahara, bagian produksi, dan bagian pemasaran. Pembagian tugas tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha secara berkelanjutan.



Foto : Pendampingan Manajemen Usaha sekaligus Pengelohan hasil Nelayan yang Notabennya Masyarakat Pesisir

Dampak Program terhadap Masyarakat

Pelaksanaan program memberikan beberapa dampak positif terhadap masyarakat Desa Semiring, antara lain:

1. meningkatnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah hasil perikanan;
2. meningkatnya kualitas kemasan produk sehingga memiliki daya saing yang lebih baik;
3. terbentuknya akun pemasaran digital berbasis WhatsApp Business dan Instagram;
4. meningkatnya kemampuan masyarakat dalam menyusun Harga Pokok Produksi (HPP);
5. terbentuknya Kelompok Usaha Bersama sebagai embrio UMKM desa;
6. meningkatnya motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal.

Secara keseluruhan, program menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis partisipasi mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha produktif. Integrasi antara pelatihan produksi, inovasi kemasan, digital marketing, dan pendampingan usaha memberikan hasil yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada aspek teknis pengolahan.

Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Semiring menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis *Participatory Action Research* (PAR) mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis hasil perikanan. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif mulai dari identifikasi masalah, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi kegiatan. Keterlibatan aktif peserta menjadikan proses pembelajaran lebih efektif karena masyarakat tidak hanya menerima informasi secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung melalui praktik pengolahan produk, pengemasan, dan pemasaran digital. Kondisi tersebut sejalan dengan teori pemberdayaan Zimmerman (2000) yang menyatakan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat ditentukan oleh meningkatnya kemampuan individu dan kelompok dalam mengambil keputusan, mengelola sumber daya, serta memecahkan permasalahan secara mandiri.

Peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan menunjukkan bahwa transfer teknologi yang dilakukan mampu memperbaiki kapasitas sumber daya manusia masyarakat pesisir. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar masyarakat hanya menjual hasil tangkapan dalam bentuk ikan segar dengan harga yang relatif rendah. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat sangat bergantung pada tengkulak dan rentan mengalami kerugian ketika terjadi surplus hasil tangkapan. Setelah memperoleh pelatihan, masyarakat mulai memahami pentingnya diversifikasi produk sebagai strategi

peningkatan nilai tambah komoditas perikanan. Hasil ini mendukung penelitian Pratama dan Wijaya (2024) yang menjelaskan bahwa diversifikasi produk berbasis potensi lokal mampu meningkatkan nilai ekonomi hasil perikanan sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga pesisir. Selain itu, Zulbainarni dkk. (2025) menyatakan bahwa hilirisasi produk perikanan merupakan strategi efektif dalam mengurangi kerugian akibat karakteristik ikan yang mudah mengalami kerusakan (*perishable goods*). Program pengabdian ini juga dirancang dengan tujuan mengubah hasil tangkapan menjadi produk olahan bernilai jual lebih tinggi melalui diversifikasi dan penguatan rantai nilai.

Pelatihan pengolahan Tepung ikan premium dan produk *frozen food* menjadi salah satu bentuk inovasi yang memberikan nilai tambah terhadap komoditas perikanan lokal. Inovasi tersebut tidak hanya memperpanjang masa simpan produk, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas. Produk olahan memiliki fleksibilitas dalam distribusi serta memberikan margin keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan ikan segar. Hasil ini memperkuat pendapat Casmiwati dkk. (2022) yang menyatakan bahwa penerapan teknologi tepat guna pada sektor UMKM perikanan mampu meningkatkan efisiensi usaha dan memperbesar nilai ekonomi produk lokal.

Aspek lain yang menunjukkan keberhasilan program adalah peningkatan kualitas kemasan produk. Sebelum pelaksanaan kegiatan, sebagian besar produk olahan masyarakat masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas produk sehingga kurang menarik bagi konsumen. Setelah pelatihan, peserta mampu menggunakan *standing pouch* aluminium foil, *hand sealer*, serta mendesain label produk yang lebih informatif. Perubahan tersebut memberikan nilai tambah tidak hanya dari sisi estetika, tetapi juga meningkatkan higienitas dan daya simpan produk. Menurut Kurniawan dkk. (2023), kemasan yang memenuhi standar higienitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan daya saing produk UMKM. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Sholikhah dkk. (2024) yang menyatakan bahwa inovasi kemasan modern mampu meningkatkan minat beli konsumen karena memberikan kesan produk yang lebih profesional. Kegiatan pengabdian ini memang menargetkan inovasi kemasan sebagai salah satu solusi atas rendahnya standar higienitas dan estetika produk masyarakat.

Keberhasilan program juga terlihat dari meningkatnya literasi digital peserta melalui pelatihan pemasaran berbasis media sosial. Sebelumnya, pemasaran produk hanya mengandalkan penjualan langsung kepada tengkulak atau pasar tradisional sehingga jangkauan pemasaran sangat terbatas. Setelah kegiatan berlangsung, masyarakat mampu memanfaatkan WhatsApp Business, Instagram, dan Google Maps sebagai media promosi. Digitalisasi pemasaran memberikan peluang bagi masyarakat untuk memperluas akses pasar tanpa harus bergantung pada rantai distribusi konvensional. Hasil ini mendukung penelitian Noviana dkk. (2022) yang menjelaskan bahwa penggunaan media digital mampu memotong rantai distribusi sehingga keuntungan yang diterima produsen menjadi lebih besar. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Yani dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa implementasi WhatsApp Business dan Google

Maps dapat meningkatkan visibilitas produk UMKM sekaligus memperkuat interaksi dengan konsumen. Pendampingan digital marketing dalam program ini memang diarahkan untuk membangun akun niaga digital dan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola transaksi daring.

Pendampingan manajemen usaha melalui penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP), pencatatan keuangan sederhana, dan pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan program. Banyak program pemberdayaan sebelumnya berhenti pada tahap pelatihan produksi tanpa memberikan pendampingan mengenai aspek manajerial. Akibatnya, masyarakat mengalami kesulitan dalam menentukan harga jual maupun mengelola usaha secara berkelanjutan. Program ini mencoba menutup kesenjangan tersebut dengan memberikan pendampingan secara menyeluruh mulai dari produksi hingga pemasaran. Pendekatan tersebut sesuai dengan konsep *end-to-end value chain* yang menekankan pentingnya integrasi seluruh rantai nilai usaha agar masyarakat memperoleh manfaat ekonomi secara optimal.

Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat modal sosial masyarakat. Keterlibatan pemerintah desa, kelompok perempuan nelayan, pemuda, mahasiswa, dan perguruan tinggi menciptakan kolaborasi yang mendukung keberlanjutan program. Sinergi antaraktor tersebut merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan masyarakat berbasis potensi lokal. Menurut Muis dkk. (2024), keberhasilan pemberdayaan masyarakat pesisir sangat dipengaruhi oleh penguatan kelembagaan lokal dan modal sosial yang dimiliki masyarakat. Oleh karena itu, pembentukan Kelompok Usaha Bersama menjadi langkah strategis untuk menjaga keberlangsungan aktivitas ekonomi masyarakat setelah program pengabdian selesai dilaksanakan.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa model pemberdayaan berbasis **hulu–hilir (end-to-end)** mampu menjawab berbagai permasalahan utama masyarakat nelayan di Desa Semiring, mulai dari rendahnya kapasitas pengolahan pascapanen, lemahnya kualitas kemasan, terbatasnya akses pasar, hingga rendahnya kemampuan manajemen usaha. Integrasi pelatihan teknis, inovasi kemasan, digital marketing, dan pendampingan usaha menghasilkan dampak yang lebih komprehensif dibandingkan model pemberdayaan yang hanya berfokus pada satu aspek. Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan memiliki potensi untuk direplikasi pada wilayah pesisir lain yang memiliki karakteristik permasalahan serupa, sehingga dapat mendukung pengembangan UMKM berbasis hasil perikanan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Semiring, Kecamatan Mangaran, Kabupaten Situbondo berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat nelayan dalam mengolah hasil perikanan menjadi produk bernilai tambah melalui pelatihan diversifikasi produk, inovasi pengemasan, digitalisasi pemasaran, serta

pendampingan manajemen usaha. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) mendorong keterlibatan aktif masyarakat sehingga proses transfer pengetahuan dan keterampilan dapat berlangsung secara efektif. Masyarakat memperoleh pemahaman mengenai pengolahan abon ikan dan produk *frozen food*, penggunaan kemasan modern yang higienis, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.

Pelaksanaan program juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesiapan masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal secara berkelanjutan. Pendampingan dalam penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP), pencatatan keuangan sederhana, dan pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) memperkuat kemampuan manajerial masyarakat sehingga peluang pengembangan UMKM berbasis hasil perikanan semakin terbuka. Dengan demikian, model pemberdayaan berbasis *hulu–hilir (end-to-end value chain)* yang diterapkan mampu menjadi alternatif strategi dalam meningkatkan nilai tambah komoditas perikanan, memperluas akses pasar, dan mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat pesisir.

Daftar Pustaka

- Agusti, A. (2023). Strategi Mewujudkan Jiwa Entrepreneurship Santri Melalui Ekonomi Kreatif.
- Agusti, A., & Rakhman, F. (2023). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Ekonomi Kreatif: Studi Kasus Pada Usaha Ekonomi Rumah Tangga.
- Agusti, A., Dassucik, D., Hasbulla, S., Agustin, R. D., Kulsum, U., & Hadi, I. (2024). Pelatihan Strategi Pengembangan Ekonomi Masyarakat dalam Meningkatkan Ekonomi Rumah Tangga Berbasis Usaha Kearifan Lokal.
- Agusti, A., Surur, M., Rakhman, F., Ahmad, A. R., & Rofek, A. (2025). Efektivitas Strategi Project Based Learning untuk Meningkatkan Pemikiran Kreatif Mahasiswa dalam Merintis Dunia Usaha.
- Agusti, A., Surur, M., Rakhman, F., Mubarak, F. S., & Rahman, T. (2024). Peran Pemberdayaan Mahasiswa dalam Pengembangan Desa Digital.
- Casmiwati, N., Haryanto, B., & Utami, S. D. (2022). Optimalisasi sektor UMKM perikanan melalui teknologi tepat guna untuk mendistribusikan manfaat ekonomi kelautan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Pesisir*, 14(2), 115–128.
- Hasanah, I., Dassucik, D., & Agusti, A. (2026). Strategi Packaging Produk dalam Meningkatkan Persepsi Kualitas dan Minat Beli.
- Hidayat, S., & Rahmawati, E. (2023). Analisis kapasitas kognitif dan keterampilan pascapanen masyarakat pesisir dalam menghadapi surplus tangkapan laut. *Jurnal Pengabdian Pangan Lokal*, 5(1), 42–51.
- Kurniawan, R., Saputra, A., & Wahyuni, S. (2023). Standardisasi pengemasan dan uji higienitas produk olahan perikanan tradisional menuju pasar modern. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Pangan*, 19(3), 201–214.

- Mansyur, A. (2025). Ekosistem gerakan komunitas berkelanjutan dan instrumen ketahanan ekonomi desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 4(1), 50–65.
- Muis, A., Rahman, H., & Malik, I. (2024). Perspektif sosiologi ekonomi: Penguatan kelembagaan lokal dan optimalisasi modal sosial kelompok perempuan pesisir. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 8(2), 143–158.
- Nababan, M., & F. N., R. (2025). Pembangunan ekonomi wilayah pesisir berbasis prinsip ekonomi biru dan manajemen rantai nilai. *Jurnal Kelautan dan Kelautan Strategis*, 11(1), 15–29.
- Noviana, E., Prayitno, B., & Setiawan, H. (2022). Strategi digital marketing dalam memotong rantai distribusi konvensional hasil laut. *Jurnal Niaga Digital dan E-Commerce*, 6(2), 75–88.
- Pratama, A. R., & Wijaya, M. K. (2024). Diversifikasi pangan berbasis ikan: Pendekatan teori pemberdayaan potensi lokal untuk ketahanan finansial pesisir. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, 12(1), 56–70.
- Sagita, L., Wardhana, A., & Fitriani, N. (2022). Sinergi inovasi hulu-hilir dalam membentuk fondasi ketahanan ekonomi digital UMKM. *Jurnal Ketahanan Ekonomi Perdesaan*, 4(3), 177–190.
- Sanjaya, M. I., & Lestari, P. (2025). Kesenjangan program intervensi konvensional: Edukasi pengolahan ikan tanpa pendampingan legalitas dan kemasan standar. *Jurnal Riset Pengabdian Masyarakat Nasional*, 3(1), 102–115.
- Sholikhah, M. A. R., Fitri, A., & Handoko, T. (2024). Inovasi kemasan *standing pouch* aluminium foil dan *rebranding* produk olahan laut untuk meningkatkan kepercayaan konsumen urban. *Jurnal Desain Kemasan dan Branding*, 9(2), 64–78.
- Sudarsono, B., Priyanto, E., & Utomo, R. (2023). Fluktuasi harga komoditas primer dan posisi tawar nelayan tradisional terhadap tengkulak pada musim panen raya. *Jurnal Analisis Sosial Ekonomi Kelautan*, 8(2), 130–144.
- Suryana, A. (2021). Sektor kelautan dan perikanan sebagai pilar strategis ketahanan ekonomi nasional dan kemandirian pangan. *Jurnal Kelautan Indonesia*, 15(3), 210–225.
- Widiastuti, S., & Nugroho, Y. (2022). Siklus kerentanan ekonomi masyarakat nelayan akibat ketergantungan produk primer pascapanen. *Jurnal Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 13(1), 47–61.
- Yani, A., Kusuma, W., & Rahayu, S. (2023). Implementasi WhatsApp Business dan optimalisasi Google Maps untuk visibilitas produk lokal desa. *Jurnal Aplikasi Teknologi Informasi*, 10(2), 121–134.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment theory: Psychological, organizational, and community-level analysis*. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of Community Psychology* (pp. 43–63). Springer.

Zulbainarni, N., Fauzi, A., & Juanda, B. (2025). Strategi struktural hilirisasi sektor perikanan: Mengubah *perishable goods* menjadi *value-added products*. *Jurnal Kebijakan Pasca Panen Perikanan*, 12(1), 33–48.