

Kumawula, Vol.9, No.2, Agustus 2026, 438 – 449

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v9i2.66868>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

PENGEMBANGAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN MASYARAKAT PESISIR MELALUI INOVASI PRODUK KERIPIK RUMPUT LAUT DI KOTA TARAKAN

Nizhamuddin AB¹, Nia Kurniasih Suryana², Sudarto Sudarto¹, Ahmad Juliana¹,
Syahran Syahran¹, Widyastuti Cahyaningrum¹, Naybila Giggs¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

² Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

¹Korespondensi: nizhamuddinab@borneo.ac.id

ABSTRACT

Coastal communities in Tarakan City have considerable potential to develop seaweed as a local economic commodity. However, its utilization remains largely dominated by raw material sales, resulting in limited added economic value for local business actors. This community service program aimed to strengthen the entrepreneurial competence of coastal communities through seaweed-cracker product innovation based on training, business mentoring, appropriate technology diffusion, and digital marketing. The program was implemented with the Usaha Wanita Pantai Amal partner group using a participatory approach, including needs identification, production process observation, focus group discussions, practical training, mentoring, and monitoring and evaluation. The intervention involved the use of stainless steel gas ovens and oil spinners, improvements in production hygiene, simple financial record-keeping, packaging innovation, branding, and digital marketing. The final evaluation showed that production capacity increased by 30%, production efficiency rose by 35%, digital marketing utilization increased from 10% to 40%, and 75% of partner members began applying simple financial record-keeping. In addition, the partners' level of empowerment in the production and management-marketing aspects increased from a score of 1 to a score of 3 based on observation and mentoring evaluations. The novelty of this program lies in the development of a coastal community-based seaweed innovation model that integrates appropriate technology, entrepreneurial competence strengthening, and collective business institutional readiness through the initiation of a Joint Business Group. These findings indicate that product innovation based on local potential can strengthen the competitiveness of coastal MSMEs and provide a foundation for replicating similar empowerment programs in other coastal communities.

Keywords: *Entrepreneurship; coastal community empowerment; seaweed crackers; product innovation*

ABSTRAK

Masyarakat pesisir Kota Tarakan memiliki potensi rumput laut sebagai komoditas ekonomi lokal, namun pemanfaatannya masih didominasi penjualan bahan mentah sehingga nilai tambah ekonomi yang diperoleh pelaku usaha masih terbatas. Program pengabdian ini bertujuan memperkuat kompetensi

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 21/09/2025

Diterima : 08/07/2026

Dipublikasikan : 01/08/2026

kewirausahaan masyarakat pesisir melalui inovasi produk keripik rumput laut berbasis pelatihan, pendampingan usaha, difusi teknologi tepat guna, dan pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan bersama mitra Usaha Wanita Pantai Amal dengan pendekatan partisipatif melalui identifikasi kebutuhan, observasi proses produksi, diskusi kelompok terfokus, pelatihan praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Intervensi program mencakup penggunaan oven gas stainless dan mesin spinner, penguatan higienitas produksi, pencatatan keuangan sederhana, inovasi kemasan, branding, serta pemasaran digital. Evaluasi akhir menunjukkan kapasitas produksi meningkat 30%, efisiensi produksi naik 35%, pemasaran digital meningkat dari 10% menjadi 40%, dan 75% anggota mitra mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana. Selain itu, level keberdayaan mitra pada aspek produksi serta manajemen-pemasaran meningkat dari skor 1 menjadi 3 berdasarkan hasil observasi dan evaluasi pendampingan. Kebaruan program terletak pada pengembangan model inovasi rumput laut berbasis komunitas pesisir yang mengintegrasikan teknologi tepat guna, penguatan kompetensi kewirausahaan, dan kesiapan kelembagaan usaha kolektif melalui rintisan Kelompok Usaha Bersama. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi produk berbasis potensi lokal dapat memperkuat daya saing UMKM pesisir dan menjadi dasar replikasi program pemberdayaan serupa pada komunitas pesisir lainnya.

Kata Kunci: Kewirausahaan; pemberdayaan masyarakat pesisir; keripik rumput laut; inovasi produk

PENDAHULUAN

Masyarakat pesisir memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan ekonomi daerah melalui pemanfaatan sumber daya kelautan. Salah satu komoditas yang relevan bagi pesisir Kota Tarakan adalah rumput laut, karena komoditas ini tercatat dalam data resmi perikanan budidaya Kalimantan Utara dan menjadi bagian dari sumber penghidupan masyarakat pesisir (BPS Provinsi Kalimantan Utara, 2025). Namun, pemanfaatan rumput laut di tingkat masyarakat masih banyak berhenti pada penjualan bahan mentah, sehingga nilai tambah ekonomi yang diterima pelaku usaha relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi lokal belum sepenuhnya diolah menjadi produk bernilai jual tinggi dan berdaya saing.

Berbagai kegiatan pengabdian dan kajian pemberdayaan UMKM menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan rumput laut dapat meningkatkan nilai tambah, memperluas pilihan produk, dan memperkuat peluang usaha masyarakat pesisir (Andriani et al., 2023; Sakaria & Annisa, 2023; Sofiana et al., 2021). Akan tetapi, gap praktik yang masih terlihat adalah belum terintegrasinya inovasi produk, teknologi produksi tepat guna, pencatatan

usaha, kemasan, branding, dan pemasaran digital dalam satu skema pendampingan kewirausahaan yang utuh. Gap inilah yang menjadi dasar perlunya program pelatihan dan pendampingan yang lebih implementatif bagi pelaku usaha pesisir.

Rendahnya daya saing produk dipengaruhi oleh beberapa kondisi yang saling terkait, yaitu kualitas produk yang belum seragam, proses produksi yang masih manual, pengendalian higienitas yang belum konsisten, kemasan yang belum menampilkan identitas merek, pencatatan biaya yang belum tertata, serta pemasaran yang masih bergantung pada pasar lokal. Kondisi tersebut membuat produk sulit bersaing dari sisi mutu, daya simpan, citra merek, dan jangkauan pasar. Penguatan digital marketing terbukti penting bagi UMKM karena dapat memperluas akses konsumen dan memperbaiki strategi promosi (Fahdia et al., 2022; Sibarani et al., 2022).

Faktor produksi yang melemahkan UMKM pesisir terutama berkaitan dengan keterbatasan alat pengolahan, belum optimalnya proses pengeringan, tingginya kadar minyak setelah penggorengan, rendahnya standardisasi bahan baku, dan belum adanya prosedur kerja sederhana yang memastikan kebersihan serta

konsistensi mutu. Pada produk keripik, aspek teknis seperti pengeringan, penirisan minyak, sanitasi alat, dan pengemasan sangat menentukan kerenyahan, daya simpan, serta persepsi kualitas konsumen (Meiyasa et al., 2020; Ningtyas et al., 2021; Nursini et al., 2023). Oleh karena itu, difusi teknologi tepat guna berupa oven gas stainless dan mesin spinner menjadi intervensi penting untuk memperbaiki efisiensi produksi dan kualitas produk.

Dari sisi pemasaran, produk olahan rumput laut dari Tarakan sebagian besar masih dipasarkan secara konvensional di pasar lokal. Padahal, pemanfaatan media digital tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memperkuat branding produk lokal agar lebih mudah dikenali konsumen. Pemasaran digital menjadi kebutuhan strategis karena produk UMKM pesisir perlu tampil dengan narasi produk, visual kemasan, harga, dan kanal promosi yang lebih profesional (Budiarti et al., 2024; Natari & Raharja, 2022; Sibarani et al., 2022; Sundari, 2024; Widiyanti et al., 2022).

Pengembangan produk inovatif juga berperan besar dalam keberlanjutan UMKM. Inovasi dalam bentuk diversifikasi rasa, perbaikan kemasan, penciptaan identitas merek, dan penetapan harga yang kompetitif dapat meningkatkan nilai jual produk. Dalam konteks UMKM, inovasi tidak hanya dipahami sebagai perubahan bentuk produk, tetapi juga sebagai kemampuan pelaku usaha membaca kebutuhan pasar, menyesuaikan proses produksi, dan membangun proposisi nilai yang relevan bagi konsumen (Hardilawati, 2021; Laurina et al., 2024; Octasyilva et al., 2020; Purbasari et al., 2025; Putri & Widadi, 2024; Rofaida et al., 2020).

Konteks kompetensi kewirausahaan pada masyarakat pesisir tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memproduksi barang, tetapi juga kemampuan mengenali peluang, menghitung risiko, mencatat biaya, menetapkan harga, menjaga mutu, membangun jejaring, dan memasarkan produk secara adaptif. Fenomena yang ditemukan pada UMKM pesisir menunjukkan bahwa sebagian

pelaku usaha telah memiliki modal sosial dan keterampilan dasar, tetapi belum memiliki kompetensi kewirausahaan yang cukup untuk mengubah rumput laut menjadi produk bernilai tambah secara berkelanjutan. Karena itu, pendekatan partisipatif diperlukan agar peningkatan kapasitas tidak bersifat satu arah, melainkan tumbuh dari kebutuhan dan pengalaman usaha mitra (Purbasari et al., 2025; Tahir et al., 2025).

Berdasarkan urgensi tersebut, program pengabdian ini diarahkan untuk menjawab kebutuhan praktis mitra melalui pelatihan dan pendampingan kompetensi kewirausahaan yang mencakup inovasi produk, higienitas produksi, penggunaan alat, pencatatan keuangan sederhana, desain kemasan, branding, dan pemasaran digital. Tujuan program adalah memperkuat kemampuan masyarakat pesisir dalam mengolah rumput laut menjadi keripik yang higienis, bernilai tambah, dan memiliki daya saing pasar melalui model inovasi berbasis komunitas yang relevan dengan praktik pendampingan UMKM (Purbasari et al., 2025; Tahir et al., 2025).

Program ini juga selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama SDGs 8 yang menekankan pertumbuhan ekonomi inklusif melalui pemberdayaan usaha kecil, SDGs 9 terkait inovasi industri berbasis komunitas, dan SDGs 12 yang mendorong produksi serta konsumsi berkelanjutan (UNDP, 2022). Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperkuat kemandirian ekonomi, kesiapan kelembagaan usaha, dan peluang replikasi pemberdayaan pesisir di wilayah lain.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) dengan melibatkan mitra secara aktif sejak tahap identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan pelatihan, difusi teknologi, pendampingan, hingga monitoring dan evaluasi. Mitra kegiatan

adalah Kelompok Perikanan Usaha Wanita Amal yang berlokasi di Kelurahan Pantai Amal, Kecamatan Tarakan Timur, Kota Tarakan. Kelompok ini beranggotakan 11 orang perempuan dengan rata-rata usia 33 tahun yang menjalankan usaha pengolahan hasil perikanan dan rumput laut. Seluruh anggota kelompok dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, meliputi diskusi awal, pelatihan, praktik produksi, penggunaan peralatan, pengemasan, pemasaran digital, serta evaluasi kegiatan.

Kegiatan dilaksanakan pada 2025 melalui pelatihan, difusi pengetahuan dan teknologi, praktik langsung, pendampingan usaha, serta evaluasi berbasis observasi dan diskusi reflektif untuk memastikan pengetahuan dan keterampilan diterapkan merata, menumbuhkan rasa memiliki, dan mendukung keberlanjutan usaha mitra (Purbasari et al., 2025).

1. Diskusi Awal dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap awal dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi proses produksi, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) bersama anggota mitra. Wawancara digunakan untuk menggali masalah produksi, manajemen usaha, dan pemasaran; observasi digunakan untuk melihat langsung penggunaan alat, alur produksi, higienitas, kemasan, dan pencatatan keuangan; sedangkan FGD digunakan untuk menyepakati prioritas kebutuhan dan rencana intervensi. Data kualitatif dianalisis secara deskriptif melalui pengelompokan isu utama, yaitu produksi, mutu, manajemen, pemasaran, dan kelembagaan usaha.

2. Pemaparan Kondisi Usaha dan Perumusan Strategi

Tim pelaksana memaparkan kondisi usaha keripik rumput laut yang sudah ada, mencakup kapasitas produksi, kualitas produk, faktor teknis yang memengaruhi mutu, serta strategi pemasaran yang masih konvensional. Kegiatan ini juga melibatkan presentasi contoh inovasi produk, varian rasa, kemasan, strategi

branding, dan penggunaan media digital untuk memotivasi mitra. Pada tahap ini dilakukan pemetaan tantangan produksi sekaligus peluang pasar, kemudian disusun strategi peningkatan keterampilan usaha yang realistis dan sesuai kapasitas mitra.

3. Penyediaan Sarana dan Serah Terima Alat Produksi

Untuk meningkatkan efisiensi produksi, tim menyerahkan peralatan pendukung berupa oven gas stainless untuk pengeringan dan mesin spinner peniris minyak guna mengurangi kadar minyak pada produk. Serah terima alat dilakukan bersama mitra dan tokoh masyarakat, disertai penjelasan fungsi, cara pengoperasian, dan perawatan alat. Dukungan sarana ini menjadi bagian dari difusi teknologi tepat guna untuk meningkatkan kapasitas produksi, kualitas keripik rumput laut, dan keberlanjutan usaha.

4. Persiapan Teknis Pelatihan

Tahap berikutnya adalah persiapan teknis pelatihan yang mencakup: (a) penyiapan tempat pelatihan yang kondusif, (b) pengecekan peralatan produksi agar berfungsi optimal, dan (c) penyediaan bahan baku rumput laut sesuai standar kualitas. Persiapan ini penting agar proses pelatihan dapat berjalan efektif, efisien, dan sesuai target capaian (Purbasari et al., 2025; Tahir et al., 2025).

5. Pelatihan dan Publikasi

Pelatihan difokuskan pada empat aspek utama, yaitu: (a) higienitas dan keamanan pangan melalui penerapan kebersihan alat, bahan, dan area produksi; (b) branding dan kemasan melalui pembuatan identitas produk, desain kemasan, serta strategi harga dan promosi; (c) pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace; serta (d) publikasi dan sosialisasi melalui poster edukasi dan pemberitaan media massa lokal. Pelatihan dilakukan dengan metode hands-on training agar mitra dapat langsung mempraktikkan keterampilan yang diberikan, sejalan dengan pendekatan pelatihan digital marketing yang menekankan praktik, simulasi,

dan pendampingan (Fahdia et al., 2022; Natari & Raharja, 2022).

Pelatihan dilakukan dengan metode hands-on training sehingga mitra dapat langsung mempraktikkan keterampilan baru. Literatur menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran dan inovasi kemasan terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM hingga 50% (Sundari, 2024).

6. Monitoring dan Evaluasi

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi dengan instrumen berupa lembar observasi produksi, checklist higienitas, checklist penggunaan alat, catatan pendampingan, dokumentasi kemasan, dan checklist pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui koordinasi dengan mitra, kunjungan lapangan, observasi langsung, wawancara, serta pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif sederhana. Data dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan pada efisiensi produksi, kualitas produk, pencatatan usaha, penggunaan media digital, dan kesiapan kelembagaan usaha. Penggunaan instrumen evaluasi sederhana ini penting agar capaian pelatihan dapat dilacak secara lebih terukur (Purbasari et al., 2025). Pengukuran keberdayaan mitra juga dirangkum dengan skala sederhana 1-3, yaitu rendah, sedang, dan tinggi, untuk membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program pada aspek produksi serta manajemen-pemasaran.

Metode pelaksanaan ini dirancang untuk menjawab permasalahan utama mitra pada aspek produksi, manajemen usaha, pemasaran, dan kelembagaan. Dengan kombinasi pelatihan teknis, difusi teknologi tepat guna, pendampingan branding, pencatatan keuangan sederhana, pemasaran digital, serta monitoring berkelanjutan, program ini diharapkan mampu memperkuat kompetensi kewirausahaan masyarakat pesisir secara lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap awal kegiatan menemukan bahwa mitra masyarakat pesisir di Kota Tarakan

menghadapi kendala yang berulang pada aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Kendala produksi terlihat pada proses pengeringan dan penirisan minyak yang belum efisien, mutu produk yang belum seragam, serta penerapan higienitas yang belum terdokumentasi. Kendala manajemen tampak pada pencatatan biaya dan keuntungan yang masih sederhana, sedangkan kendala pemasaran tampak pada keterbatasan kemasan, branding, dan penggunaan kanal digital.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa rendahnya daya saing tidak disebabkan oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh gabungan keterbatasan alat, keterampilan produksi, pencatatan usaha, kemasan, dan akses pasar. Identifikasi kebutuhan mitra menjadi dasar penyusunan strategi penguatan kapasitas produksi, manajemen usaha, serta pemasaran yang lebih berdaya saing. Hasil FGD juga menegaskan bahwa mitra membutuhkan pendampingan yang aplikatif, bukan hanya penyuluhan, agar perubahan dapat diterapkan langsung dalam aktivitas usaha harian.



Gambar 1. Kegiatan Identifikasi Kebutuhan Mitra

(Sumber: Dokumentasi Penulis 2025)

Hasil diskusi kelompok *Focus Group Discussion* (FGD) menampilkan bahwa sebagian besar aktivitas usaha masih berfokus pada penjualan rumput laut mentah atau produk olahan sederhana dengan nilai tambah rendah. Tiga isu dominan yang muncul adalah kebutuhan alat produksi yang lebih efisien, peningkatan pemahaman higienitas dan

kemasan, serta pendampingan pemasaran digital. Temuan ini selaras dengan kegiatan pengabdian terdahulu yang menunjukkan bahwa diversifikasi olahan rumput laut dan penguatan pemasaran dapat meningkatkan peluang ekonomi masyarakat pesisir (Andriani et al., 2023; Sakaria & Annisa, 2023; Sibarani et al., 2022; Sofiana et al., 2021).

Pemaparan Kondisi Usaha dan Perumusan Strategi

Mitra diberikan pemahaman tentang kelemahan dan peluang usaha melalui pemetaan sederhana terhadap produk, proses, pasar, dan kelembagaan. Diskusi menghasilkan strategi pengembangan berupa diversifikasi produk keripik rumput laut dengan berbagai varian rasa, peningkatan standar higienitas, penguatan branding, pencatatan biaya produksi, serta penggunaan media digital sebagai kanal promosi.

Sebagai tindak lanjut dari diskusi tersebut, tim bersama mitra merumuskan rencana aksi yang realistis namun berdampak jangka panjang. Fokus diarahkan pada peningkatan nilai tambah produk melalui inovasi rasa yang menyesuaikan selera pasar, penerapan prosedur kerja higienis untuk menjamin kualitas, reposisi produk melalui desain kemasan yang lebih menarik, serta perluasan jangkauan promosi melalui media digital. Strategi ini menempatkan mitra bukan hanya sebagai produsen, tetapi sebagai pelaku usaha yang mulai membangun identitas produk dan orientasi pasar.

Pendekatan partisipatif terbukti efektif karena memberikan ruang bagi masyarakat untuk merumuskan solusi sendiri. Mitra tidak hanya menerima instruksi teknis, tetapi juga ikut menentukan prioritas perubahan, seperti penggunaan alat, perbaikan kemasan, dan pemasaran digital. Pola ini penting karena keberlanjutan program sangat dipengaruhi oleh rasa memiliki, kemampuan menerapkan pengetahuan, dan kesesuaian solusi dengan konteks usaha lokal.



Gambar 2. Kegiatan Pemaparan Kondisi Usaha Mitra

(Sumber: Dokumentasi Penulis 2025)

Penyediaan Sarana Produksi

Tim menyerahkan peralatan produksi berupa oven gas stainless dan mesin spinner. Hasil uji coba menunjukkan adanya peningkatan efisiensi produksi sekitar 30%, terutama pada tahap pengeringan dan penirisan minyak. Produk yang dihasilkan menjadi lebih renyah, lebih tahan lama, dan lebih higienis karena proses produksi lebih terkendali. Peningkatan ini menjadi indikator terukur bahwa difusi teknologi tepat guna dapat memperbaiki kualitas dan efisiensi produksi keripik rumput laut, terutama karena mutu produk pangan ringan sangat dipengaruhi oleh pengolahan bahan, tekstur, dan komposisi (Meiyasa et al., 2020).

Peralatan sederhana namun tepat guna ini terbukti mampu meningkatkan kapasitas produksi UMKM pesisir, sebagaimana temuan Andriani et al. (2023) dan Sakaria dan Annisa (2023) bahwa pelatihan diversifikasi olahan rumput laut dapat memperluas keterampilan pengolahan dan peluang usaha kelompok UMKM. Dalam konteks kegiatan ini, alat tidak hanya menjadi bantuan fisik, tetapi juga media pembelajaran agar mitra memahami hubungan antara teknologi produksi, kualitas produk, dan daya saing pasar.



Gambar 3. Kegiatan Pengadaan Alat Produksi

(Sumber: Dokumentasi Penulis 2025)

Selain itu, penyediaan sarana produksi memberikan pengalaman belajar praktis bagi mitra. Melalui pendampingan, mitra dilatih mengoperasikan dan merawat peralatan sehingga keberlanjutan penggunaan dapat terjaga. Perubahan pola kerja dari manual ke semi-mekanis juga menumbuhkan kepercayaan diri mitra dalam mengembangkan usaha, sekaligus menunjukkan bahwa adopsi teknologi tepat guna dapat menjadi titik awal modernisasi proses produksi pada usaha kecil pesisir.

Persiapan Teknis Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dengan persiapan matang berupa penataan lokasi, pengecekan alat, serta ketersediaan bahan baku berkualitas. Hal ini memastikan bahwa kegiatan berjalan efektif dan efisien. Kesiapan teknis terbukti menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelatihan berbasis masyarakat (Purbasari et al., 2025; Tahir et al., 2025).



Gambar 4. Pengecekan Alat Produksi Bersama Mitra

(Sumber: Dokumentasi Penulis 2025)

Pelatihan dan Publikasi

Pelatihan diberikan dengan metode praktik langsung, mencakup: (a) penerapan higienitas produksi, (b) penguatan branding dan kemasan, (c) strategi harga dan promosi, serta (d) pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Output pelatihan terlihat pada tersusunnya rancangan kemasan baru, pemahaman mitra tentang penirisan minyak dan kebersihan alat, serta mulai digunakannya media digital untuk memperkenalkan produk. Materi pelatihan tidak hanya menekankan keterampilan teknis, tetapi juga membekali mitra dengan pemahaman mengenai standar higienitas pangan dan kemasan yang menjadi syarat penting kualitas produk UMKM (Ningtyas et al., 2021; Nursini et al., 2023; Octasylya et al., 2020).



Gambar 5. Kegiatan Workshop dan Pelatihan Bersama Mitra

(Sumber: Dokumentasi Penulis 2025)

Pelatihan ini juga berhasil mengubah orientasi mitra dari sekadar produsen makanan olahan tradisional menjadi pelaku usaha yang mulai memahami pasar. Mitra tidak hanya belajar mengenai aspek teknis produksi, tetapi juga memahami pentingnya membangun citra merek, menetapkan harga yang kompetitif, menjaga konsistensi mutu, dan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Perubahan pola pikir ini menjadi dasar penting kompetensi kewirausahaan, karena pelaku usaha perlu mampu membaca peluang, mengelola risiko, dan membangun relasi dengan konsumen (Laurina et al., 2024;

Muafidah et al., 2024; Putri & Widadi, 2024; Ridho & Azka, 2023; Rofaida et al., 2020).

Selain itu, publikasi hasil kegiatan melalui media massa lokal dan distribusi poster edukatif membantu memperluas visibilitas produk keripik rumput laut. Publikasi tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang higienitas dan inovasi produk, tetapi juga memberikan legitimasi sosial terhadap usaha mitra. Temuan ini sejalan dengan kajian bahwa promosi visual, branding, kemasan, dan pemasaran digital dapat memperkuat daya saing UMKM lokal (Budiarti et al., 2024; Purbasari et al., 2025; Sundari, 2024; Widiyanti et al., 2022).



Gambar 6. Publikasi Media Massa
(Sumber: [Dokumentasi PKM Penulis 2025](#))

Keberhasilan publikasi di media massa juga berimplikasi pada meningkatnya jejaring sosial dan peluang kerja sama dengan pihak eksternal. Beberapa mitra mulai menerima perhatian dan permintaan produk dari luar lingkungan pasar lokal, yang menunjukkan bahwa publikasi dan digitalisasi promosi mampu memperluas jangkauan pasar. Dampak ini memperlihatkan bahwa kegiatan pelatihan tidak hanya menghasilkan keterampilan praktis, tetapi juga mulai membangun

ekosistem usaha kecil berbasis potensi lokal yang lebih kokoh, sebagaimana penguatan katalog dan e-desain dapat mendukung perluasan promosi UMKM (Natari & Raharja, 2022; Pambuko et al., 2020).

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara berkelanjutan melalui observasi lapangan, wawancara, dokumentasi, dan pengumpulan data sederhana. Hasil monitoring menunjukkan bahwa setelah pelatihan, mitra mampu meningkatkan efisiensi produksi sekitar 30% pada tahap pengeringan dan penirisan minyak, memperbaiki pencatatan keuangan sederhana, serta mulai memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Analisis data juga menunjukkan adanya perbaikan kualitas produk dari segi higienitas, kerenyahan, dan daya simpan. Berdasarkan laporan akhir kegiatan, kapasitas produksi meningkat sekitar 30%, efisiensi produksi naik 35%, pemasaran digital meningkat dari 10% menjadi 40%, sekitar 75% mitra mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana, pendapatan mitra meningkat sekitar 35%, dan kepercayaan diri masyarakat dalam mengembangkan usaha meningkat sekitar 40%.

Selain itu, mitra mulai mengembangkan rencana pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) sebagai wadah kelembagaan. Pembentukan kelembagaan ini penting agar usaha tidak hanya berjalan secara individual, tetapi memiliki mekanisme kerja kolektif untuk mengatur produksi, promosi, pembagian peran, pengelolaan alat, dan akses peluang pembiayaan. Dengan demikian, KUB menjadi luaran kelembagaan yang relevan untuk memperkuat keberlanjutan program. Inisiatif pembentukan KUB juga tercatat sebagai luaran kelembagaan dengan capaian sekitar 50%, sehingga perlu ditindaklanjuti melalui pendampingan legalitas, pembagian peran, dan tata kelola usaha bersama.



Gambar 7. Kegiatan Monitoring dan Evaluasi kepada Mitra

(Sumber: Dokumentasi Penulis 2025)

Secara keseluruhan, program ini meningkatkan kompetensi kewirausahaan masyarakat pesisir pada aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Keberhasilan ini konsisten dengan kajian Maharani dan Nazmah (2023) serta Silitonga (2023) yang menekankan bahwa pemanfaatan digital marketing dapat memperluas jaringan konsumen dan memperkuat keberlanjutan usaha. Sementara itu, penguatan branding visual, kemasan, inovasi, dan pendampingan desain juga terbukti penting dalam membangun daya saing UMKM di era digital (Budiarti et al., 2024; Hardilawati, 2021; Laurina et al., 2024). Secara evaluatif, level keberdayaan mitra pada aspek produksi serta manajemen-pemasaran meningkat dari kategori rendah (skor 1) menjadi kategori tinggi (skor 3), yang menunjukkan adanya perubahan kapasitas usaha setelah intervensi program.

DISKUSI

Hasil program menunjukkan bahwa inovasi produk keripik rumput laut memberikan nilai tambah karena menghubungkan perbaikan teknologi produksi, higienitas, kemasan, dan pemasaran digital dalam satu proses pendampingan. Peningkatan

efisiensi produksi sekitar 30% pada tahap pengeringan dan penirisan minyak menunjukkan bahwa masalah daya saing tidak hanya diselesaikan melalui promosi, tetapi harus dimulai dari perbaikan proses produksi. Ketika produk menjadi lebih renyah, higienis, tahan lama, dan memiliki kemasan yang lebih baik, posisi tawar produk di pasar juga meningkat. Interpretasi ini sejalan dengan kajian pengolahan rumput laut dan higienitas pangan yang menekankan pentingnya proses produksi terhadap mutu produk (Andriani et al., 2023; Meiyasa et al., 2020; Ningtyas et al., 2021; Nursini et al., 2023). Data akhir program memperkuat interpretasi tersebut karena peningkatan kapasitas produksi sekitar 30%, efisiensi 35%, peningkatan penggunaan pemasaran digital dari 10% menjadi 40%, dan penerapan pencatatan keuangan oleh sekitar 75% mitra menunjukkan bahwa perubahan tidak hanya terjadi pada produk, tetapi juga pada cara mitra mengelola proses usaha.

Secara konseptual, capaian tersebut dapat dijelaskan melalui kerangka pemberdayaan berbasis partisipasi. Mitra terlibat sejak identifikasi kebutuhan hingga evaluasi, sehingga solusi yang dihasilkan lebih sesuai dengan masalah nyata usaha. Pendekatan ini berbeda dari pelatihan satu arah karena mitra tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga aktor yang menentukan prioritas perubahan. Dengan demikian, penguatan kompetensi kewirausahaan muncul melalui pengalaman langsung dalam mengenali masalah, memilih solusi, menggunakan alat, menyusun kemasan, dan mencoba kanal promosi digital. Pendekatan ini juga sejalan dengan praktik pengabdian yang menempatkan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi sebagai satu rangkaian peningkatan kapasitas UMKM (Purbasari et al., 2025; Tahir et al., 2025).

Temuan program ini sejalan dengan Fahdia et al. (2022) yang menegaskan pentingnya digital marketing bagi peningkatan kapasitas UMKM. Namun, program ini memperlihatkan bahwa digitalisasi akan lebih bermakna apabila didukung oleh kesiapan produk dan manajemen usaha. Hambatan yang muncul

adalah keterbatasan kebiasaan pencatatan keuangan, adaptasi penggunaan media digital, dan konsistensi higienitas produksi. Solusi yang ditempuh adalah pendampingan bertahap, penggunaan checklist sederhana, pembagian peran dalam kelompok, dan monitoring pasca pelatihan. Dampak sosial-ekonomi berupa peningkatan pendapatan sekitar 35% dan kepercayaan diri sekitar 40% menunjukkan bahwa penguatan kompetensi kewirausahaan memiliki efek psikososial, bukan hanya efek teknis produksi.

Kontribusi akademik program ini terletak pada penguatan model inovasi rumput laut berbasis komunitas pesisir yang memadukan difusi teknologi tepat guna, pendampingan kewirausahaan, branding, dan pemasaran digital. Kontribusi praktisnya terlihat pada perbaikan efisiensi produksi, penguatan citra produk, serta rintisan kelembagaan usaha melalui KUB. Model ini berpotensi direplikasi di wilayah pesisir lain dengan penyesuaian pada jenis komoditas, kapasitas mitra, dukungan alat, dan kesiapan pasar lokal, terutama karena pengembangan media visual dan katalog digital telah terbukti mendukung perluasan promosi UMKM (Natari & Raharja, 2022; Pambuko et al., 2020).

SIMPULAN

Program pelatihan dan pendampingan kewirausahaan masyarakat pesisir melalui inovasi produk keripik rumput laut membuktikan bahwa pendekatan berbasis potensi lokal mampu menghasilkan dampak yang nyata. Penyediaan teknologi sederhana yang sesuai kebutuhan, pendampingan pelatihan yang aplikatif, serta penguatan strategi pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan daya saing UMKM pesisir. Indikator terukur program memperlihatkan peningkatan kapasitas produksi sekitar 30%, efisiensi produksi 35%, pemasaran digital dari 10% menjadi 40%, penerapan pencatatan keuangan oleh sekitar

75% mitra, serta kenaikan level keberdayaan dari skor 1 menjadi skor 3.

Lebih dari sekadar peningkatan ekonomi, program ini mendorong perubahan pola pikir masyarakat dari produsen tradisional menjadi pelaku usaha yang mulai berorientasi pasar. Keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahap kegiatan menumbuhkan rasa memiliki, memperkuat jejaring sosial, serta membuka peluang terbentuknya kelembagaan usaha kolektif yang lebih berkelanjutan melalui rintisan KUB.

Kontribusi keilmuan kegiatan ini adalah penegasan model pemberdayaan berbasis komunitas yang mengintegrasikan inovasi produk, teknologi tepat guna, pendampingan kewirausahaan, dan pemasaran digital. Batasan program ini terletak pada cakupan mitra yang masih terbatas pada satu kelompok usaha, sehingga kegiatan lanjutan perlu memperluas jumlah mitra, memperkuat pengukuran pre-post pelatihan, dan menguji keberlanjutan model pada komunitas pesisir lain.

REKOMENDASI

1. Mitra Masyarakat Pesisir, Mitra diharapkan terus menjaga konsistensi penerapan higienitas produksi, memperluas variasi produk, memperkuat pencatatan keuangan sederhana, serta memanfaatkan digital marketing secara lebih kreatif. Kolaborasi dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) perlu segera diwujudkan untuk memperkuat pembagian peran, pengelolaan alat, daya tawar, dan perluasan jaringan pasar.
2. Untuk Pemerintah Daerah, diperlukan dukungan kebijakan berupa akses permodalan, fasilitasi legalitas usaha seperti PIRT, sertifikasi halal, merek dagang, serta promosi produk unggulan lokal. Pemerintah juga dapat mengintegrasikan produk keripik rumput laut ke dalam program pengembangan ekonomi kreatif berbasis pesisir dan kegiatan promosi UMKM daerah.

3. Akademisi dan Perguruan Tinggi, kegiatan pengabdian serupa dapat diperluas melalui riset lanjutan mengenai diversifikasi produk berbasis rumput laut, strategi branding, kelayakan usaha, dan pemanfaatan teknologi digital yang lebih maju, seperti e-commerce terintegrasi dan analitik pemasaran sederhana.
4. Stakeholder Eksternal (Swasta/NGO), dukungan mitra eksternal melalui CSR, inkubasi bisnis, mentoring pemasaran, dan jejaring distribusi akan memperkuat keberlanjutan usaha UMKM pesisir. Monitoring, mentoring, dan evaluasi berkala pasca program perlu dilakukan minimal setiap tiga sampai enam bulan untuk menilai konsistensi produksi, perkembangan pemasaran, penggunaan alat, dan kesiapan KUB sebagai kelembagaan usaha. Pendampingan lanjutan perlu memprioritaskan konsistensi pemasaran digital, penguatan pencatatan keuangan, pembentukan legalitas KUB, dan perluasan jejaring pasar agar capaian produksi, pendapatan, dan keberdayaan yang telah meningkat dapat dipertahankan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jendral Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia melalui BIMA (Basis Informasi Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) atas dukungan pendanaan program ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Institusi Universitas Borneo Tarakan, Mitra Masyarakat Pesisir Usaha Wanita Pantai Amal, serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Andriani, R., Muchdar, F., Suryani, S., Marus, I., & Sardi Titaheluw, S. (2023). Pelatihan diversifikasi olahan rumput laut pada kelompok usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Halmahera

Tengah. *Indonesian Journal of Fisheries Community Empowerment*, 3(2), 265–270. <https://doi.org/10.29303/jppi.v3i2.2801>

Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Utara. (2025). *Volume produksi dan nilai produksi perikanan budidaya menurut kabupaten/kota dan komoditas utama di Provinsi Kalimantan Utara, 2024*.

Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Su'daa, S. N., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 435–453. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.21760>

Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v2i1.147>

Hardilawati, W. L. (2021). Peningkatan omzet usaha keripik nanas khas Pekanbaru melalui pembaharuan desain packaging dan pengembangan pemasaran produk. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(1), 63–68. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i1.2335>

Laurina, N. A., Swastuti, E., Nurchayati, N., & Yunita, L. E. (2024). Meningkatkan daya saing UMKM melalui branding dan inovasi digital. *Dst*, 4(1), 7–15. <https://doi.org/10.47709/dst.v4i1.3636>

Maharani, S., & Nazmah, N. (2023). Efektifitas digital marketing dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Kel. Siti Rejo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(3), 357. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i3.30742>

Meiyasa, F., Tarigan, N., Tega, Y. R., Henggu, K. U., & Ndahawali, S. (2020). Pemanfaatan limbah tulang ikan tuna (*Thunnus* sp.) sebagai sumber kalsium dalam pembuatan stik rumput laut. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 24(1), 66–75. <https://doi.org/10.25134/quagga.v12i2.2751>

Muafidah, Z., Rohman, T., Arofah, E. A., & Prabawa, A. F. (2024). Optimalisasi

- produk UMKM melalui pelatihan desain logo dan kemasan di Desa Kalijambe Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(1), 20–27. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i1.1027>
- Natari, S. U., & Raharja, S. J. (2022). E-desain sebagai strategi pemasaran digital bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.38614>
- Ningtyas, R., Silvia, D., Zulkarnain, Z., Muryeti, M., Prastiwinarti, W., Imam, S., & Sari, N. (2021). Pengembangan labelling dan kemasan vakum pada UKM di wilayah Kepulauan Seribu. *Logista: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 160. <https://doi.org/10.25077/logista.5.2.160-165.2021>
- Nursini, N. W., Yogeswara, I. B. A., Gunawan, P. W., & Kusumawati, I. G. A. W. (2023). Penerapan hygiene sanitasi dan keselamatan kerja pada UMKM Setan Bali. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2), 315. <https://doi.org/10.30595/jppm.v7i2.11036>
- Octasyilva, A., Leonita, S., & Damang, S. (2020). Pelatihan desain kemasan produk UMKM di Tangerang Selatan. *Empowerment in the Community*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.31543/ecj.v1i2.356>
- Pambuko, Z., Salma, T., Wijayanti, E., Sholihin, T., Ismailah, N., & Rochman, N. (2020). Katalog digital Mitramu untuk memperluas jangkauan promosi produk UMKM di Bandongan, Magelang. *Community Empowerment*, 5(3), 147–151. <https://doi.org/10.31603/ce.3833>
- Purbasari, R., Sukmadewi, R., Kurniawati, L., & Muttaqin, Z. (2025). Pemberdayaan wirausaha digital wanita: Pelatihan pembuatan kemasan produk dan katalog digital bagi kader PKK dan ibu rumah tangga. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1). <https://doi.org/10.24198/kumawula.v8i1.59799>
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran inovasi dalam pengembangan model bisnis UMKM di era digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Ridho, W., & Azka, S. L. (2023). Optimalisasi branding UMKM Rempeyek Mak Sri melalui pengembangan desain kemasan produk dan pemanfaatan digital marketing. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 143–159. <https://doi.org/10.58192/karunia.v2i3.1159>
- Rofaida, R., Aryanti, A., & Perdana, Y. (2020). Strategi inovasi pada industri kreatif digital: Upaya memperoleh keunggulan bersaing pada era revolusi industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 402–414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Sakaria, F. S., & Annisa, R. N. (2023). Pelatihan pengolahan rumput laut untuk mendukung pengembangan kewirausahaan di masa pandemi Covid-19. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 339–344. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.13255>
- Sibarani, S. A. B., Munthe, A., & Irviantina, S. (2022). Pemanfaatan teknologi informasi guna meningkatkan pemasaran produk masyarakat di Kampung Nelayan Sebrang Medan Belawan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 309. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i2.37100>