



## Pengembangan Usaha ‘Tuna Tanpa Nama’ Sebagai Oleh-Oleh Khas Makassar Melalui Keamanan Pangan dan Pemasaran Digital

Abdul Halik<sup>1\*</sup>, Supriadi syam<sup>2</sup>, Amal Aqmal<sup>3</sup>, Sartika<sup>3</sup>, Sri Deviyanti Purnamasari<sup>3</sup>, Sitti Nurhalisah<sup>3</sup>, Nurul Keyla Nefrira April<sup>1</sup>, Siti Marwah<sup>1</sup>, Muh. Imam Prasetio Usman<sup>2</sup>, Andi Fauziah Yahya<sup>4</sup>, Ratnawati Gatta<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Bosowa

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Bosowa

<sup>3</sup>Program Studi Budidaya Perairan, Fakultas Pertanian, Universitas Bosowa

<sup>4</sup>Program Studi Kewirausahaan Institut Teknologi dan Bisnis Kalla

\*Correspondent Email: [abdul.halik@universitasbosowa.ac.id](mailto:abdul.halik@universitasbosowa.ac.id)

### Article History:

Received: 11-11-2025; Received in Revised: 30-11-2025; Accepted: 04-02-2026

DOI: <https://doi.org/10.35914/9kr02n75>

### Abstrak

Usaha Tuna Tanpa Nama di Kelurahan Pai, Kota Makassar, merupakan inisiatif ibu rumah tangga yang memproduksi rendang dan nasulikku berbahan dasar ikan tuna sebagai kuliner khas sekaligus oleh-oleh. Meskipun telah memperoleh legalitas halal dan P-IRT, usaha ini menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan peralatan, mutu kemasan rendah, daya simpan produk yang singkat, serta pemasaran yang masih terbatas pada jaringan pertemanan. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha melalui pendekatan keamanan pangan dan pemasaran digital. Metode yang dilakukan mencakup sosialisasi, pelatihan (retort pouch, sertifikasi halal, Business Model Canvas, dan penggunaan Fish Tester), transfer teknologi, serta pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan, antara lain 95–100% peserta pelatihan memiliki pemahaman kategori “baik” hingga “sangat baik”, risiko penggunaan bahan baku tidak layak turun  $\pm 30$ –40%, konsistensi mutu produk meningkat  $\pm 25$ %, masa simpan produk bertambah dari 2–3 hari menjadi 4–6 bulan, serta kerugian akibat kerusakan menurun  $\pm 50$ %. Penerapan e-commerce memperluas jangkauan pasar  $> 100$ % dan menekan biaya promosi hingga 30%, sehingga berkontribusi pada peningkatan omzet penjualan sebesar 75%. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif memperkuat mutu, daya saing, dan keberlanjutan usaha sebagai oleh-oleh khas Makassar berbasis keamanan pangan dan pemasaran digital.

Kata Kunci: Fish Tester; Oleh-oleh Makassar; e-commerce; Retort; Tuna Tanpa Nama

### Abstract

Tuna Tanpa Nama located in Pai Subdistrict, Makassar City, is an initiative of housewives who produce rendang and nasulikku made from tuna as both local cuisine and souvenirs. Despite having obtained halal and P-IRT certification, the business faces several challenges, including limited equipment, low-quality packaging, short product shelf life, and marketing restricted to personal networks. This community engagement

*program aims to enhance the business's sustainability and competitiveness through food safety and digital marketing approaches. The methods applied include socialization, trainings (retort pouch, halal certification, Business Model Canvas, and Fish Tester usage), technology transfer, and mentoring. The results indicate significant improvements: 95–100% of training participants demonstrated “good” to “very good” understanding, the risk of using unsuitable raw materials decreased by approximately 30–40%, product quality consistency improved by about 25%, product shelf life increased from 2–3 days to 4–6 months, and losses due to spoilage declined by around 50%. The adoption of e-commerce expanded market reach by more than 100% and reduced promotional costs by 30%, thereby contributing to a 75% increase in sales revenue. Thus, this program has proven effective in strengthening product quality, competitiveness, and business sustainability as a Makassar specialty souvenir based on food safety and digital marketing.*

*Key Word: Fish Tester; Makassar Souvenirs; e-commerce; Retort; Tuna Tanpa Nama*

## 1. Pendahuluan

Usaha “Tuna Tanpa Nama” merupakan inisiatif ibu rumah tangga di Kelurahan Pai, Kota Makassar, yang beranggotakan delapan orang dan berfokus pada pengolahan ikan tuna segar hasil tangkapan nelayan menjadi kuliner khas Nusantara, yaitu rendang tuna dan nasulikku tuna. Inovasi produk dilakukan melalui substitusi bahan baku daging sapi dan ayam dengan ikan tuna sebagai alternatif pangan yang lebih sehat dan bernilai gizi. Produk telah memperoleh legalitas berupa sertifikat halal dan P-IRT, dengan omzet rata-rata sepuluh juta rupiah per bulan. Namun demikian, pengembangan usaha masih menghadapi keterbatasan pada aspek produksi dan pemasaran, terutama terkait kesiapan sistem produksi untuk memenuhi permintaan skala lebih luas (Alfarisi et al., 2018).

Permasalahan tersebut mencerminkan kondisi umum usaha mikro kuliner di Kota Makassar, khususnya rendahnya penerapan standar keamanan pangan dan pemanfaatan pemasaran digital. Sekitar 60% pelaku usaha belum memiliki sertifikasi keamanan pangan yang memadai (Ilham et al., 2023; Rohman, 2023), sementara hanya 30% yang aktif memanfaatkan pemasaran digital (Urva et al., 2022; Maharani & Hasibuan, 2024). Keterbatasan literasi, akses informasi, dan manajemen usaha yang belum terstruktur berimplikasi pada lemahnya pengendalian proses produksi, kualitas produk, serta daya saing pasar (Renjaan et al., 2022; Al-Humaira et al., 2024).

Secara spesifik, aspek produksi masih ditandai oleh standar mutu bahan baku yang belum terkontrol secara konsisten, proses pengolahan skala rumah tangga dengan tingkat higienitas terbatas, serta penerapan teknologi pengawetan sederhana yang membatasi efektivitas distribusi. Variasi produk masih terbatas, sertifikasi keamanan pangan belum lengkap, dan kompetensi sumber daya manusia relatif rendah. Dari sisi pemasaran, tantangan utama meliputi rendahnya kesadaran merek, ketidakjelasan segmentasi pasar, belum optimalnya strategi pemasaran digital, serta ketiadaan kemitraan dan sistem umpan balik konsumen yang terintegrasi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha “Tuna Tanpa Nama” melalui penguatan penerapan prinsip keamanan pangan dan optimalisasi pemasaran digital. Kegiatan ini memiliki urgensi akademik sebagai wahana hilirisasi hasil riset dan penerapan keilmuan lintas disiplin, serta sebagai media pembelajaran kontekstual bagi dosen dan mahasiswa. Pelaksanaannya selaras dengan agenda Asta Cita dan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan melalui penguatan UMKM berbasis inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

## 2. Metode

Kegiatan pengabdian ini mulai dilaksanakan pada bulan Juli 2025 dengan penyelenggaraan koordinasi dan sosialisasi kegiatan terhadap mitra. Kegiatan pelatihan dilakukan di dua lokasi berbeda di Kota Makassar: (1) Pelatihan Metode Pengemasan Retort Pouch, yang dilaksanakan pada tanggal 2 Agustus 2025 di Laboratorium Pengolahan Pangan Universitas Hasanuddin. (2) Pelatihan Pengurusan Sertifikasi Halal dan *Business Model Canvas* (BMC), yang diselenggarakan pada tanggal 23 Agustus 2025 di Aula Fakultas Teknik Universitas Bosowa. Pada kesempatan yang sama, peserta juga diperkenalkan alat uji kesegaran ikan (*Fish Tester*) sebagai instrumen pendukung dalam penerapan standar keamanan pangan. Peserta pelatihan terdiri atas 20 orang perwakilan UMKM yang berasal dari Kota Makassar dan wilayah sekitarnya. Mekanisme rekrutmen peserta dilakukan melalui proses pendaftaran daring (online) yang disertai seleksi untuk memastikan kesesuaian dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pembatasan jumlah peserta dimaksudkan agar proses pendampingan lebih efektif, interaktif, dan mampu memberikan dampak optimal terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM.

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang terkait dengan pengembangan usaha *Tuna Tanpa Nama* sebagai oleh-oleh khas Makassar, yaitu:

- **Sosialisasi**, digunakan untuk mengidentifikasi kembali kebutuhan kelompok mitra dan memperkenalkan bentuk program kemitraan dari pengembangan usaha *Tuna Tanpa Nama* sebagai oleh-oleh khas Makassar terkait dengan pendekatan keamanan pangan dan pemasaran digital, termasuk menggali masukan dan harapan dari masyarakat di Kelurahan Pai terkait dengan pengembangan usaha kuliner Kota Makassar.
- **Pelatihan**, terdiri dari beberapa materi pelatihan yang diberikan, yaitu: (a) Metode pengemasan retort pouch, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi pengemasan modern yang mampu memperpanjang umur simpan produk, menjaga

kualitas, serta meningkatkan daya saing di pasar. (b) Pengurusan sertifikasi halal untuk memperkuat legitimasi produk. (c) *Business Model Canvas* (BMC) untuk memperkuat strategi pengembangan usaha. (d) Pengenalan alat uji kesegaran ikan (*Fish Tester*) untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha perikanan, khususnya UMKM dalam memastikan mutu dan keamanan produk ikan yang dihasilkan. Peserta pada pelatihan ini dibekali dengan pengetahuan tentang prinsip kerja, Semua materi pelatihan ini saling melengkapi dan disajikan dalam bentuk sederhana agar mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta difasilitasi dengan sesi diskusi.

- **Penerapan Teknologi**, digunakan untuk meningkatkan kualitas ikan tuna sebagai bahan baku utama, inovasi pengawetan untuk keamanan pangan, dan platform *e-commerce* untuk pemasaran diharapkan meningkatkan mutu produk, volume produksi, serta efisiensi biaya dan waktu. Transfer teknologi ini memungkinkan pelaku usaha menghemat sumber daya, mempercepat proses, dan memanfaatkan waktu serta tenaga untuk diversifikasi produk dan pengembangan usaha lainnya. Selain itu, pelaku usaha akan semakin mahir dalam teknologi modern dan pemasaran digital, serta memperluas pengetahuan dan keterampilan terkait pengawetan, sensory, dan digital marketing.
- **Pendampingan dan Evaluasi**: digunakan untuk pemberian saran dan bimbingan ketika mitra menghadapi kendala atau perubahan kondisi, guna meningkatkan kualitas dan kuantitas produk olahan tuna demi kesejahteraan masyarakat (Zailan *et al*, 2022; Latukau *et al*, 2022; Rosyidah *et al*, 2023). Evaluasi pencapaian target usaha dan analisis umpan balik pelanggan juga dilakukan secara berkala untuk perbaikan berkelanjutan. Pendampingan sebagian besar dilakukan oleh mahasiswa yang telah dilatih sebelumnya, terutama dalam bidang keamanan pangan dan pemasaran digital. Kegiatan pendampingan meliputi teknik pengolahan ikan tuna yang aman dan efisien (Ratnawati *et al*, 2016), deteksi kesegaran berbasis sensory, inovasi pengemasan dengan metode retort, manajemen usaha termasuk perencanaan bisnis dan keuangan, strategi pemasaran digital melalui media sosial dan *e-commerce*, serta pembangunan identitas merek dan promosi produk sebagai oleh-oleh khas Makassar.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Langkah awal pelaksanaan program, terlebih dahulu dilakukan pertemuan dengan Usaha *Tuna Tanpa Nama* beserta masyarakat di sekitarnya sebagai bentuk sosialisasi kegiatan kepada masyarakat Kelurahan Pai untuk menjelaskan strategi pengembangan usaha kuliner melalui pendekatan keamanan pangan dan pemasaran digital. Kegiatan ini dirangkaikan dengan pendataan ulang kebutuhan

mitra terkait dengan teknis usaha *Tuna Tanpa Nama*. Sebagai wujud support dan partisipasi mitra diperoleh beberapa informasi terkait dengan kondisi eksisting Usaha *Tuna Tanpa Nama*, diantaranya yaitu:

- Telah ada dua jenis produk (*Rendang Tuna* dan *Nasulikku Tuna*), namun penyimpanannya masih dalam bentuk frozen
- Pemasaran produk hanya melalui whatsapp dan lingkungan pertemanan.
- Peralatan masak yang digunakan merupakan alat masak dapur rumah tangga sehingga produksi yang dihasilkan terbatas.
- Target pasar belum diketahui dan belum tahu cara menghitung harga pokok penjualan (HPP) sehingga masih sering rugi tiap bulan.

Berdasarkan kondisi tersebut, selanjutnya dilaksanakan kegiatan pelatihan sebagai upaya peningkatan kapasitas mitra. Pelatihan dirancang untuk menanamkan praktik pengolahan pangan yang higienis, penerapan sanitasi, serta kepatuhan terhadap regulasi lokal, termasuk pemenuhan legalitas usaha berupa P-IRT dan sertifikasi halal. Pemenuhan aspek legalitas tersebut berperan penting dalam meningkatkan kredibilitas produk dan memperluas akses pasar (Maulana & Mawardi, 2025). Selain itu, peserta diperkenalkan dengan penggunaan alat uji kesegaran ikan (fish tester) sebagai instrumen pendukung dalam penerapan standar keamanan pangan.

Kegiatan diikuti oleh perwakilan UMKM dari Kota Makassar dan sekitarnya yang direkrut melalui pendaftaran daring (online) dan diseleksi sesuai kriteria yang ditetapkan. Jumlah peserta dibatasi agar proses pendampingan lebih efektif, interaktif, dan berdampak optimal terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha.

Pelatihan diselenggarakan di dua lokasi berbeda pada waktu yang terpisah, dengan kapasitas maksimal 20 peserta pada setiap sesi. Pelatihan pertama berupa metode pengemasan menggunakan *retort pouch*, dilaksanakan pada tanggal 2 Agustus 2025 di Laboratorium Pengolahan Pangan Universitas Hasanuddin (*Gambar 1a*), dengan tujuan memberikan pemahaman konseptual; dan praktik langsung kepada peserta terkait teknik pengemasan sesuai standar. Selanjutnya, pelatihan kedua mengenai pengurusan sertifikasi Halal dan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2025 di Aula Fakultas Teknik Universitas Bosowa (*Gambar 1b*).

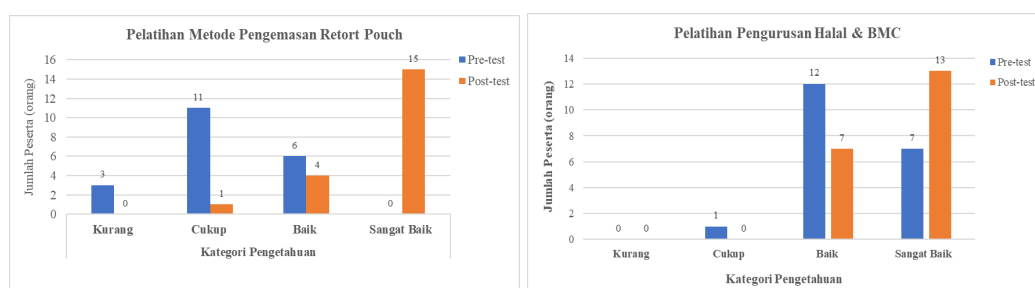
Pelatihan sertifikasi Halal difokuskan pada peningkatan pemahaman peserta mengenai prosedur dan persyaratan sesuai regulasi yang berlaku, menjamin keamanan, kebersihan, dan kehalalan produk, serta meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga daya saing produk dapat diperkuat dan peluang pasar, termasuk ekspor, semakin terbuka. Adapun pelatihan BMC diarahkan pada penguatan kemampuan peserta dalam memetakan model bisnis secara sistematis melalui sembilan elemen utama, sehingga peserta mampu mengidentifikasi peluang, merancang nilai tambah produk, menentukan strategi pemasaran, dan

mengambil keputusan usaha yang lebih terukur serta berorientasi jangka panjang. Kedua jenis pelatihan tersebut saling melengkapi, di mana sertifikasi Halal berfungsi memperkuat legitimasi produk, sedangkan BMC mendukung perumusan strategi pengembangan usaha yang lebih terstruktur dan berorientasi jangka panjang.



Gambar 1. Peserta Pelatihan: (a) Metode Pengemasan Retort Pouch, (b) Pengurusan Halal dan BMC

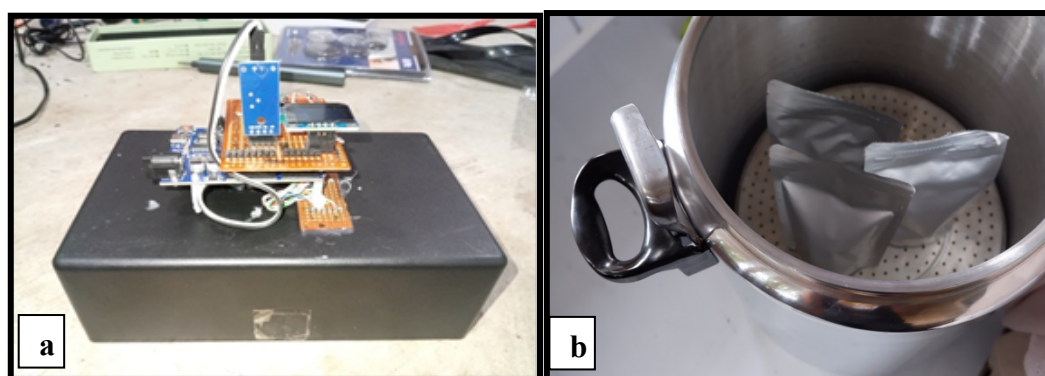
Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan bagi UMKM pangan efektif meningkatkan pengetahuan dan praktik keamanan pangan. Pelatihan pengemasan retort pouch menghasilkan peningkatan pemahaman peserta dari kategori “kurang” pada *pre-test* menjadi “cukup” hingga “sangat baik” pada *post-test* (Palupi *et al*, 2023). Hasil serupa juga terlihat pada pelatihan sertifikasi Halal dan BMC, di mana *post-test* menunjukkan pemahaman “baik” hingga “sangat baik”, sedangkan *pre-test* masih terdapat pada kategori “cukup” (Gambar 2). Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan berkontribusi nyata dalam meningkatkan kapabilitas pelaku usaha, dengan sertifikasi Halal memperkuat legitimasi dan kepercayaan konsumen, sementara BMC mendukung strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan (Badriansyah *et al*, 2022).



Gambar 2. Grafik Hasil Pre-test dan Post-test Pelatihan: (a) Metode Pengemasan Retort Pouch, (b) Pengurusan Halal dan BMC

Pelatihan tersebut, sejalan dengan prinsip *Good Manufacturing Practices* (GMP), karena tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis dalam menjaga keamanan pangan dan mutu produk perikanan, tetapi juga mengintegrasikan strategi pengembangan usaha untuk memperkuat daya saing di pasar. Penerapan GMP menekankan pentingnya sanitasi, higienitas, serta

pemenuhan standar mutu dalam seluruh tahapan proses produksi. Dalam konteks pelatihan ini, prinsip tersebut diwujudkan melalui transfer pengetahuan mengenai pengolahan pangan yang higienis, serta pemanfaatan teknologi tepat guna sehingga pelaku UMKM dapat menghasilkan produk olahan tuna yang aman, bermutu, dan sesuai standar konsumsi. Kondisi ini turut berkontribusi dalam memperkuat legitimasi produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian pada UMKM terasi udang rebon di Bombana yang menunjukkan bahwa penerapan GMP berperan penting dalam meningkatkan kualitas produk, efisiensi usaha, dan kepercayaan konsumen (Alwi *et al*, 2025). Transfer teknologi kepada UMKM *Tuna Tanpa Nama* berupa pemanfaatan alat uji kesegaran ikan (*Fish Tester*) untuk mendeteksi tingkat kesegaran bahan baku berdasarkan parameter organoleptik dan fisik. Penerapan teknologi ini bertujuan untuk menjaga mutu produk agar tetap sesuai standar konsumsi, memperpanjang masa simpan, serta mengurangi potensi kerugian akibat penggunaan bahan baku yang tidak segar (*Gambar 3a*). Selain itu, penerapan teknologi pengemasan *retort pouch* yang memanfaatkan prinsip sterilisasi pada suhu tinggi dan tekanan tertentu mampu memperpanjang masa simpan produk olahan tanpa menurunkan mutu sensoris maupun kandungan gizi secara signifikan. Dengan demikian, produk olahan *Tuna Tanpa Nama* memiliki ketahanan simpan yang lebih baik pada suhu ruang dan berpotensi dipasarkan tidak hanya pada skala lokal, tetapi juga pada jaringan distribusi nasional hingga ekspor (Sarifudin *et al*, 2022).



Gambar 3. Penerapan Teknologi: (a) Alat Uji Kesegaran Ikan (*Fish Tester*), (b) Pengemasan *Retort Pouch*

Penerapan teknologi pada pemasaran berbasis *e-commerce* berperan penting dalam mempercepat dan mempermudah interaksi antara produsen dan konsumen melalui sistem yang luas, terintegrasi, dan efisien. Pemanfaatan teknologi digital, seperti analisis data, system rekomendasi, dan pembayaran elektronik, memungkinkan peningkatan kenyamanan transaksi sekaligus keterlibatan konsumen dalam proses pembelian. Dalam konteks ini, penggunaan platform marketplace berskala besar menjadi salah satu strategi efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM (Micu *et al*, 2022).

Penerapan teknologi pada Usaha *Tuna Tanpa Nama* memberikan manfaat yang terukur dalam mendukung kualitas produk dan kinerja usaha. Penggunaan alat uji kesegaran ikan mampu menurunkan risiko pemanfaatan bahan baku tidak layak konsumsi hingga  $\pm 30\text{--}40\%$  serta meningkatkan konsistensi mutu produk sekitar 25% melalui penerapan standar keamanan pangan. Teknologi pengemasan *retort pouch* memperpanjang masa simpan produk dari  $\pm 2\text{--}3$  hari menjadi  $\pm 4\text{--}6$  bulan pada suhu ruang, sekaligus mengurangi potensi kerugian akibat kerusakan hingga 50% dengan mutu sensoris dan gizi yang tetap terjaga lebih dari 80% (Sarifudin *et al.*, 2022). Sementara itu, penerapan pemasaran berbasis *e-commerce* mampu memperluas jangkauan pasar lebih dari 100% dibandingkan metode konvensional, menekan biaya promosi sebesar 20–30%.

Pendampingan usaha *Tuna Tanpa Nama* sebagai produk oleh-oleh khas Makassar dilaksanakan secara komprehensif melalui penerapan aspek keamanan pangan, inovasi produk, serta strategi pemasaran konvensional dan digital. Dari sisi keamanan pangan, pelaku UMKM diperkenalkan pada praktik penanganan bahan baku, higienitas proses produksi, serta penggunaan bahan tambahan pangan sesuai regulasi untuk memastikan produk aman dikonsumsi dan memenuhi standar retail modern (Maulana & Mawardi, 2025; Kurniawati, 2024). Inovasi produk dilakukan melalui diversifikasi olahan tuna yang menyesuaikan cita rasa lokal, seperti pengembangan menu Nasupalekko berbasis tuna, sekaligus memperkuat identitas produk (Putri & Rasoki, 2025). Sementara itu, strategi promosi dan branding diperkuat melalui pengembangan kemasan kreatif, pemanfaatan media visual seperti spanduk, leaflet, banner, serta pemasaran dalam bentuk hampers dan produk hadiah (Chakim & Nada, 2024). Pendampingan pemasaran digital difokuskan pada optimalisasi platform *e-commerce*, pengelolaan media sosial, dan pembuatan konten kreatif untuk memperluas jangkauan pasar dan *engagement* konsumen (Arisman & Salehudin, 2022). Strategi distribusi juga diperluas melalui partisipasi dalam pameran dan sistem konsinyasi di supermarket guna meningkatkan aksesibilitas produk dan legitimasi di pasar modern (Shao *et al.*, 2024; Pangestuti *et al.*, 2025).

Keberhasilan program pendampingan UMKM *Tuna Tanpa Nama* tercermin dari peningkatan omzet penjualan sebesar 75%, yang menunjukkan efektivitas integrasi antara penerapan keamanan pangan, inovasi produk, serta strategi pemasaran konvensional dan digital. Capaian tersebut, sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa pendampingan UMKM dapat meningkatkan kinerja usaha melalui penguatan strategi pemasaran dan digitalisasi usaha (Kartika *et al.*, 2024). Secara detail, indikator keberhasilan pelaksanaan program kemitraan masyarakat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program Pengembangan Usaha 'Tuna Tanpa Nama' sebagai Oleh- Oleh Khas Makassar dengan Pendekatan Keamanan Pangan dan Pemasaran Digital

No.	Uraian Kegiatan	Keterangan
1	Pelatihan Metode Pengemasan Retort Pouch	95% peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan kategori “baik” dan “sangat baik”
2	Pelatihan Pengurusan Sertifikasi Halal dan BMC	100% peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan kategori “baik” dan “sangat baik”
3	Penerapan teknologi alat uji kesegaran ikan ( <i>Fish Tester</i> )	- Menurunkan risiko bahan tidak layak konsumsi $\pm 30-40\%$ - Meningkatkan konsistensi mutu produk $\pm 25\%$
4	Penerapan teknologi pengemasan retort pouch	- Masa simpan meningkat dari $\pm 2-3$ hari menjadi $\pm 4-6$ bulan - Mengurangi kerugian produk rusak $\pm 50\%$ - Mutu sensoris & gizi terjaga $> 80\%$
5	Penerapan teknologi pemasaran berbasis <i>e-commerce</i>	- Jangkauan pasar meningkat $> 100\%$ - Biaya promosi turun $\pm 20-30\%$ - Engagement konsumen naik 2–3 kali lipat
5	Pendampingan dan Evaluasi Kegiatan	Peningkatan omzet penjualan sebesar 75% melalui strategi promosi, kampanye pemasaran, penambahan varian produk, serta konsinyasi dengan ritel besar di Kota Makassar

Sumber: Data Primer 2025

Kelemahan dari penerapan ketiga teknologi pada Usaha *Tuna Tanpa Nama* terutama terletak pada aspek biaya, keterampilan, sumber daya manusia, serta ketersediaan infrastruktur pendukung. Penggunaan alat uji kesegaran ikan memerlukan keterampilan teknis khusus dalam pengoperasian dan interpretasi hasil pengukuran, di samping kebutuhan biaya investasi dan perawatan alat yang relatif tinggi bagi skala usaha mikro dan kecil. Teknologi pengemasan *retort pouch* juga memiliki hambatan berupa biaya pengadaan peralatan dan kebutuhan energi yang besar, serta desain kemasan cenderung kurang fleksibel untuk kebutuhan branding apabila tidak disertai dengan inovasi tambahan. Adapun pemasaran berbasis *e-commerce* dihadapkan pada Tingkat persaingan yang tinggi, keterbatasan literasi digital pelaku UMKM, serta ketergantungan pada kualitas jaringan internet dan sistem logistik yang belum merata. Selama pelaksanaan kegiatan, secara umum tidak ditemukan kendala yang signifikan. Tantangan utama muncul pada tahap persiapan pelatihan, khususnya dalam penentuan jadwal kegiatan, mengingat perbedaan waktu dan kesibukan masing-masing pelaku UMKM yang telah lolos seleksi. Selain itu, masih terdapat tantangan pada aspek manajerial, terutama terkait konsistensi penerapan standar keamanan pangan, proses pengurusan legalitas produk baru, serta penyusunan dan pelaksanaan strategi pemasaran yang berkelanjutan.

#### 4. Kesimpulan

Program pengembangan Usaha *Tuna Tanpa Nama* terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan, transfer teknologi, dan pendampingan berbasis keamanan pangan serta pemasaran digital. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan pengetahuan peserta, di mana 95–100% berada pada kategori “baik” hingga “sangat baik” pasca pelatihan. Transfer teknologi berupa alat uji kesegaran ikan mampu menurunkan risiko penggunaan bahan baku tidak layak konsumsi sebesar  $\pm 30\text{--}40\%$  dan meningkatkan konsistensi mutu produk  $\pm 25\%$ . Teknologi pengemasan *retort pouch* memperpanjang masa simpan produk dari  $\pm 2\text{--}3$  hari menjadi  $\pm 4\text{--}6$  bulan pada suhu ruang dengan mutu sensoris dan gizi terjaga  $>80\%$ , serta mengurangi kerugian akibat kerusakan hingga 50%. Sementara itu, pemasaran berbasis *e-commerce* meningkatkan jangkauan pasar lebih dari 100%, menekan biaya promosi  $\pm 20\text{--}30\%$ , dan meningkatkan engagement konsumen 2–3 kali lipat. Pendampingan usaha mencakup keamanan pangan, inovasi produk lokal, serta pemasaran dan distribusi digital maupun konvensional untuk meningkatkan mutu, daya tarik, loyalitas, dan legitimasi produk di pasar modern. Integrasi pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan ini berkontribusi nyata terhadap peningkatan omzet penjualan sebesar 75% sekaligus memperkuat daya saing produk sebagai oleh-oleh khas Makassar yang berkelanjutan.

Program pengembangan Usaha *Tuna Tanpa Nama* memiliki potensi replikasi yang kuat pada UMKM olahan perikanan lain berupa penerapan standarisasi bahan baku menggunakan alat uji kesegaran ikan (*fish tester*), teknologi pengemasan *retort pouch*, serta pemasaran digital berbasis *e-commerce*. Penguatan kemitraan perlu terus dikembangkan melalui kolaborasi berkelanjutan antara UMKM, perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan mitra distribusi guna mendukung pelatihan, pendampingan, sertifikasi halal dan P-IRT, konsinyasi produk, serta promosi bersama. Untuk menjamin keberlanjutan program, direkomendasikan penerapan SOP produksi dan pemasaran secara konsisten, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, diversifikasi produk berbasis kearifan lokal, optimalisasi platform digital, serta penguatan kelembagaan dan perlindungan merek melalui pengurusan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sehingga program mampu memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan daya saing, kemandirian usaha, dan kesejahteraan Masyarakat.

#### 5. Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kepada Universitas Bosowa, Pemerintah Kota Makassar, masyarakat Kelurahan Pai, khususnya Usaha *Tuna Tanpa Nama*, dan semua yang terlibat dalam mensukseskan kegiatan program kemitraan ini, serta Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek) yang telah memberi

dukungan dana Tahun Anggaran 2025 melalui skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM).

## 6. Daftar Pustaka

- Alfarisi, M. N., Anggraeni, D., & Sariyoga, S. (2018). Strategi pengembangan produk olahan ikan lele (*Clarias sp.*): Suatu kasus di UKM Mae Shetie dan UKM abon ikan lele Kota Cilegon. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(1), 68–79. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jat/article/view/5085>
- Al-Humaira, B., Sari, P. N., Rahmadi, Z. T., Widjanarko, W., Nurdiana, D., Yulianto, K. I., & Utomo, K. W. (2024). Pendampingan pembuatan laporan keuangan berbasis Excel di Bunda Tarie Catering. *Puan Indonesia*, 6(1), 404–410. <https://idebahasa.or.id/puanindonesia/index.php/about/article/view/273>
- Alwi, L. O., Wirawan, W., Basoka, S. W., Dedu, L. O. A., & Rustan, M. (2023). Analisis implementasi good manufacturing practices (GMP) pada UMKM terasi udang rebon di Kelurahan Lampopala Kecamatan Rumbia Kabupaten Bombana. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 465–476. <https://doi.org/10.35914/tomaega.3070.9713>
- Arisman, A., & Salehudin, I. (2022). Does live stream selling affect customer engagement and purchase intention? The Shopee Live platform case study. *ASEAN Marketing Journal*, 14(2), 1–15.
- Badriansyah, L., Azizah, L. S. N., Ferlincha, K. N., Lestari, D. A., Fauziah, R. D., Pravetri, N. F., Syifa, N., & Novidahlia, N. (2022). Sosialisasi sanitasi dan keamanan pangan serta sistem jaminan halal produk yoghurt dan nata de coco pada UMKM Yosuka Dairy. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 26–32. <https://doi.org/10.30997/qh.v8i1.4595>
- Chakim, M. L., & Nada, Z. (2024). Pendampingan UMKM dan ekonomi kreatif melalui strategi pemasaran online: Studi kasus UMKM Kripik Usus Bagus Jaya di Desa Mlati, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 216–224. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i2.15303>
- Ilham, B. U., Dirwan, D., Randa, A., & Rafiqah, R. (2023). Pengembangan UMKM terpadu berbasis zona KHAS (kuliner halal, aman, dan sehat) di kawasan wisata Lego-Lego Makassar. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 315–328. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/1819>
- Kartika, R., Afriani, R. I., Hartoko, G., Pratama, R., Safitri, E., & Alhaidar, R. (2024). Strategi pemasaran dalam digitalisasi UMKM untuk meningkatkan

omzet penjualan di Desa Pondok Kahuru. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(1), 284–290.

- Kurniawati, M., Fadhilah, L. N., & Nastiti, D. W. (2024). Peran strategi pemasaran UMKM melalui digital marketing sebagai upaya meningkatkan daya saing produk berbasis kearifan lokal di Pulau Adonara Kabupaten Flores Timur. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 17(3), 1491–1499.
- Latukau, F., Amin, D., & Huapea, M. K. (2022). Perekonomian masyarakat pesisir perspektif ekonomi Islam: Studi pada Negeri Morella. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.33477/eksy.v3i02.3097>
- Maharani, D. A., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan kemampuan pemasaran digital pada UMKM di Desa Sumbang Purwokerto untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar. *Abdi Makarti*, 3(2), 130–141. <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/abdimakarti/article/view/730>
- Maulana, F. A., & Mawardi, A. I. (2025). Pendampingan legalitas melalui pendaftaran PIRT pada UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 1934–1942. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i2.5597>
- Micu, A., Capatina, A., Cristea, D. S., Munteanu, D., Micu, A. E., & Sarpe, D. A. (2022). Assessing an on-site customer profiling and hyper-personalization system prototype based on a deep learning approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121289.
- Palupi, F. H., Noviyati, T. D., & Ribhi, A. A. (2023). Sosialisasi penyuluhan keamanan pangan pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 1(4), 361–368. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i4.62>
- Pangestuti, N. K., Fajar, M. M., Nisa', A. F., & Adinugraha, H. H. (2025). Pendampingan pemasaran produk melalui sistem digitalisasi bagi UMKM Mie Ayam 33 di Desa Gejlig, Kabupaten Pekalongan. *JUDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat*. <https://rumahjurnal.or.id/index.php/JUDISTIRA/article/view/59>
- Putri, A. C., & Rasoki, T. (2025). Kopi rempah Arisi: Inovasi produk lokal berbasis rempah untuk pengembangan UMKM. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi "SainTek"* (Vol. 2, No. 1, hlm. 934–941).
- Ratnawati, R., Massiseng, A. N. A., & Tamti, H. (2016). IbM kelompok produksi nugget ikan di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. *Ngayah: Majalah Aplikasi IPTEKS*, 7(2), 156–310.
- Renjaan, K. E., Yuniarti, T., & Dewi, I. J. P. (2022). Identifikasi permasalahan pengolahan ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) asap cair di Pokmas X

- Kota Ambon. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Perikanan Indonesia* (hlm. 211–222). <https://doi.org/10.15578/psnp.11943>
- Rohman, M. M. (2023). *Urgensi penerbitan sertifikat halal pada UMKM: Analisis terhadap Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal* (Skripsi). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/76408>
- Rosyidah, I., Syafrial, S., & Suhartini, S. (2023). Dampak impor garam terhadap kinerja komoditas garam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.01.29>
- Sarifudin, A., Desnilasari, D., Kristanti, D., Setiaboma, W., Putri, D. P., Surahman, D. N., & Mochamad, M. (2022). Effect of different sterilization time on the quality properties and sensory acceptance of fishball of mackerel fish (*Rastrelliger kanagurta*) packaged in retort pouch. Dalam *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 995, No. 1, 012019). IOP Publishing.
- Shao, J., Feng, Y., & Liu, Z. (2024). The impact of big data-driven strategies on sustainable consumer behaviour in e-commerce: A green economy perspective. *Sustainability*, 16(24), 10960.
- Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). Optimalisasi media sosial sebagai penunjang digital marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://ejurnal.sttdumai.ac.id/index.php/abdine/article/view/301>
- Zailan, A., Riskiyani, & Al-Amanah, H. (2022). Kajian sosial ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat petani di Desa Biru Kecamatan Kahu Kabupaten Bone. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.47030/tadj.v2i02.416>