To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat
10-2025, Vol.8, No.3, hal,549-559
ISSN(P): 2622-6332; ISSN(E): 2622-6340
http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega

Peningkatan Kapasitas Nelayan Desa Balombong melalui Pengenalan Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran Digital

Nurhikma Arifin [1*], Astinawaty [2]

[1] Informatika, Fakultas teknik, Universitas Sulawesi Barat
[2] Perencanaan Wilayah Kota, Fakultas teknik, Universitas Sulawesi Barat
**Correspondent Email: nurhikma_arifin@unsulbar.ac.id*

Article History:
Received: 07-10-2025; Received in Revised: DD-10-2025; Accepted: 13-10-2025
DOI: http://dx.doi.org/10.35914/tomaega. am5wgw24

Abstrak

Desa Balombong, Kecamatan Pamboang, Kabupaten Majene memiliki potensi perikanan laut, khususnya cumi, namun pemanfaatannya masih terbatas. Selama ini hasil tangkapan nelayan hanya dipasarkan dalam bentuk segar dan lingkup pemasaran masih lokal. Minimnya pengetahuan tentang diversifikasi produk dan strategi pemasaran modern membuat pendapatan masyarakat belum optimal. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilakukan program pengabdian berjudul Peningkatan Kapasitas Nelayan Desa Balombong Melalui Pengenalan Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran Cumi Berbasis Digital. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan literasi awal, keterampilan dasar, dan perubahan pola pikir nelayan serta istri nelayan melalui tahap pengenalan inovasi pengolahan cumi dan pemasaran digital. Sasaran kegiatan adalah kelompok nelayan "Bura Lembong" yang terdiri dari 10 orang nelayan dan 10 orang istri nelayan. Metode pelaksanaan mencakup identifikasi potensi lokal, sosialisasi, serta pelatihan tahap pengenalan berupa diversifikasi produk (abon, stik, keripik cumi) dan pengenalan media pemasaran digital (WhatsApp Business, Instagram, e-commerce) disertai pemaparan branding sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas awal dan pemahaman dasar kelompok mitra terhadap pentingnya diversifikasi produk dan pemasaran digital, terjalinnya komunikasi yang lebih intensif dengan Universitas Sulawesi Barat, serta kebutuhan akan pendampingan lanjutan untuk memperdalam penerapan teknologi digital dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir di Desa Balombong.

Kata Kunci: Inovasi Olahan Cumi, Pemasaran Digital, Nelayan Bura'Lembong, Desa Balombong

Abstract

Balombong Village, Pamboang District, Majene Regency, has potential for marine fisheries, particularly squid, but its utilization remains limited. Fishermen's catches are currently only marketed fresh, with the marketing scope remaining local. Lack of knowledge about product diversification and modern marketing strategies has resulted in suboptimal community income. To address these issues, a community service program titled "Enhancing the Capacity of Balombong Village Fishermen Through the Introduction of Digital-Based Squid Product Innovation and Marketing Strategies" was conducted. The objective of this activity was to provide initial literacy, basic skills, and change the mindset of fishermen and fishermen's wives through an introduction to squid processing innovations and digital marketing. The target group was the "Bura Lembong" fishermen

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

group, consisting of 10 fishermen and 10 fishermen's wives. The implementation method included identifying local potential, socialization, and introductory training in the form of product diversification (shredded squid, sticks, squid chips) and an introduction to digital marketing media (WhatsApp Business, Instagram, e-commerce) accompanied by a simple branding presentation. The results of the activity showed an increase in the initial capacity and basic understanding of the partner group regarding the importance of product diversification and digital marketing, the establishment of more intensive communication with the University of West Sulawesi, and the need for further assistance to deepen the application of digital technology.

Key Word: Squid Processing Innovation, Digital Marketing, Bura'Lembong Fishermen, Balombong Village

1. Pendahuluan

Desa Balombong merupakan salah satu wilayah pesisir di Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene dengan luas 72,30 km2 yang terdiri dari tiga dusun, yaitu Dusun Rattelibong, Dusun Pettabeang Timur dan Dusun Ulu Balombong. Berdasarkan data BPS (2024) jumlah penduduk di desa ini adalah 1.503 jiwa terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan 379 kepala keluarga (KK) dimana mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai nelayan yang bergantung pada hasil laut sebagai sumber penghasilan utama. Kelompok nelayan di Desa Balombong memiliki tangkapan unggulan berupa cumi yang tersedia melimpah terutama pada musim tertentu. Mayoritas hasil tangkapan cumi dijual dalam bentuk segar kepada pengepul tanpa melalui proses pengolahan, dengan harga jual yang relatif rendah, yaitu berkisar antara Rp. 8.000,- hingga Rp. 35.000,- per kilogram tergantung musim dan kualitas tangkapan. Kurniawansyah et al. (2021) mengemukakan bahwa sektor kelautan dan perikanan memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun keterbatasan dalam penguasaan teknologi dan kapasitas manajerial menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha berbasis hasil laut. Senada dengan hal tersebut, Budaya (2022) menekankan bahwa pembangunan sektor kelautan harus diarahkan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung agenda pengentasan kemiskinan secara nasional.

Realita di lapangan, menunjukkan bahwa kelompok nelayan mitra pengabdian di Desa Balombong masih bergantung pada pasar lokal dan belum memiliki keterampilan dalam pengolahan serta pemasaran produk hasil tangkapan secara inovatif. Tantangan utama yang dihadapi masyarakat pesisir, khususnya nelayan, adalah rendahnya tingkat literasi dalam pengembangan produk olahan yang bernilai jual tinggi. Ketiadaan inovasi dalam teknik pengolahan, pengemasan, serta strategi pemasaran menyebabkan hasil tangkapan belum mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan kompetitif. Upaya pemberdayaan berbasis peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan menjadi sangat penting, khususnya yang berbasis teknologi tepat guna agar mampu mendorong terciptanya produk olahan hasil laut yang bermutu, higienis, dan memiliki daya tarik pasar.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Secara infrastruktur, Desa Balombong masih menghadapi berbagai kendala. Fasilitas pendukung seperti tempat pengolahan hasil laut, alat pengering, cold storage, dan fasilitas pengemasan masih belum tersedia secara memadai. Tidak terdapat unit usaha kecil menengah (UKM) atau koperasi yang secara khusus menangani pengolahan pascapanen hasil laut. Akibatnya, aktivitas ekonomi masyarakat cenderung masih bersifat konvensional, di mana hasil tangkapan segera dijual tanpa proses lanjutan, sehingga tidak mampu memberikan nilai tambah ekonomi yang optimal. Berdasarkan hasil observasi dan pendataan lapangan, mitra dalam program ini adalah kelompok Bura' Lembong dan istri nelayan di Dusun Balombong Utara. Tercatat sekitar 70 nelayan aktif yang menjalankan usaha tangkap secara tradisional, dengan volume produksi cumi berkisar antara 30–70 kg per hari selama musim tangkap. Ibu rumah tangga berperan dalam pengelolaan hasil tangkapan, namun belum memiliki keterampilan teknis dalam pengolahan makanan berbasis hasil laut. Hal ini menunjukkan adanya potensi besar untuk pengembangan ekonomi berbasis rumah tangga melalui pemanfaatan hasil laut menjadi produk olahan seperti abon cumi, stik cumi, keripik cumi, serta produk beku siap saji. Pengenalan peningkatan nilai tambah melalui inovasi produk, pengemasan, serta strategi branding dan pemasaran digital akan menjadi langkah strategis dalam meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah pengenalan inovasi produk olahan cumi dan strategi pemasaran dengan pemanfaatan platform digital seperti media sosial, *e-commerce* (perdagangan elektronik), dan teknik branding sederhana untuk meningkatkan kapasitas dan pola pikir mitra sasaran yaitu kelompok nelayan "Bura Lembong" dan istri nelayan dalam mengolah produk cumi dan memasarkan hasil laut. Sejalan dengan hal tersebut, manfaat pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Balombong melalui peningkatan nilai jual olahan cumi dalam penguatan kapasitas masyarakat pesisir khususnya kelompok nelayan dalam pengolahan dan pemasaran berbasis digital. Sejalan dengan hal tersebut, telah banyak pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk meningkatkan nilai jual olahan ikan laut melalui penguatan kapasitas masyarakat pesisir dalam pengolahan dan pemasaran. Fuad (2019) mengembangkan industri rumah tangga ikan asap di Desa Banyuurip sebagai strategi peningkatan ekonomi lokal (1). Kurniaty dan tim (2024) menekankan transformasi bisnis melalui pemasaran digital dan promosi sebagai bentuk pemberdayaan komunitas wanita nelayan (2). Strategi diversifikasi usaha berbasis ekowisata juga diusulkan oleh Meliyati et al. (2024) sebagai pendekatan untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan (3). Penguatan modal sosial dalam pengolahan ikan asap juga terbukti berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat nelayan di Desa Lasalimu (4). Upaya lain mencakup pelatihan pengolahan hasil laut untuk ibu pesisir dan guru sekolah dasar (5), peningkatan kapasitas istri nelayan dalam pengolahan hasil perikanan (6,8), serta pemberdayaan melalui usaha olahan ikan dan kerajinan kerang (7). Berbagai temuan ini

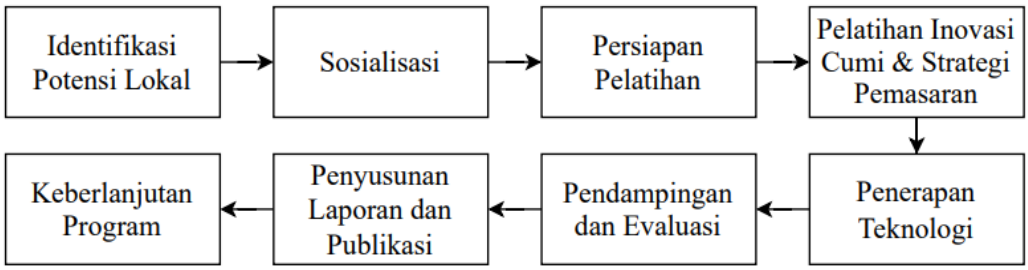
©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

mendukung pentingnya pelatihan berbasis inovasi produk dan digitalisasi pemasaran dalam penguatan ekonomi masyarakat pesisir.

Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat dapat bertransformasi dari pola usaha tradisional menjadi pelaku usaha mikro produktif yang mandiri dan inovatif. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat dapat bertransformasi dari pola usaha tradisional menjadi pelaku usaha mikro produktif yang mandiri dan inovatif. Secara strategis, kegiatan ini mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya tujuan ke-1 (Tanpa Kemiskinan), ke-8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), ke-12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), dan ke-14 (Ekosistem Lautan). Selain itu, kegiatan ini sejalan dengan capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi dalam aspek kontribusi nyata terhadap pemberdayaan masyarakat, serta penerapan hasil riset dan inovasi teknologi. Dari sisi kebijakan nasional, kegiatan ini mendukung Asta Cita poin ke-5, yaitu memperkuat pembangunan desa dalam kerangka NKRI, serta mendukung fokus Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) pada bidang pangan dan kemaritiman. Dengan pendekatan yang integratif antara aspek teknologi, ekonomi, dan sosial, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak yang berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir Desa Balombong, serta menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi di wilayah pesisir lainnya di Indonesia.

2. Metode

Dalam rangka menyelesaikan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperlukan metode pelaksanaan yang berisi uraian kegiatan yang mengacu pada solusi atas permasalahan mitra secara tepat, kreatif dan inovatif. Program pengabdian ini dilaksanakan di Desa Balombong, Kecamatan Pamboang, Kabupaten Majene dengan partisipasi aktif ketua kelompok nelayan, anggota kelompok nelayan "Bura' Lembong" dan istri nelayan di Desa Balombong. Kegiatan ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan kegiatan. Adapun tahapan kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Adapun penjelasan tahapan kegiatan pengabdian kemitraan yang dilakukan sebagai berkut:

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

- **Identifikasi Potensi Lokal**: Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan survei dan analisis potensi ekonomi lokal di Desa Balombong, khususnya di sektor perikanan dan hasil laut. Dalam tahap ini, tim melakukan:
  a) Pemetaan sumber daya lokal, terutama hasil tangkapan cumi
  b) Identifikasi keahlian, minat, dan peran strategis kelompok nelayan dan ibu rumah tangga
  c) Penentuan jenis produk olahan dan strategi pemasaran yang paling sesuai dengan karakteristik daerah dan SDM yang tersedia.
- **Sosialisasi**: Sosialisasi dilakukan kepada kelompok sasaran (nelayan dan istri) untuk:
  a) Menyampaikan tujuan, manfaat, dan tahapan kegiatan.
  b) Menyesuaikan materi pelatihan dengan kebutuhan dan potensi lokal yang telah diidentifikasi.
  c) Menentukan jadwal dan lokasi kegiatan agar partisipasi maksimal dapat tercapai.
- **Pelatihan Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran:** Pelatihan dalam program ini dibagi menjadi dua bagian utama.
  a) Pengenalan inovasi produk olahan cumi, berupa pemaparan materi terkait jenis-jenis olahan seperti abon cumi, stik cumi, dan keripik cumi. Pelatihan ini tidak sampai pada praktik langsung, namun menitikberatkan pada peningkatan pengetahuan dan wawasan mitra.
  b) Pengenalan strategi pemasaran digital, mencakup pemanfaatan media sosial, *e-commerce* sederhana, dan teknik branding seperti pembuatan nama produk, label, dan kemasan menarik.
- **Penerapan Teknologi:** Penerapan teknologi berbasis digital diperkenalkan melalui simulasi penggunaan media sosial (WhatsApp Business, Instagram) dan aplikasi *e-commerce* seperti Tokopedia/Shopee. Penerapan ini bersifat demonstratif untuk menunjukkan potensi digitalisasi pemasaran produk hasil laut.
- **Pendampingan**: Setelah pelatihan, tim pengabdian akan melakukan pendampingan ringan berupa diskusi lanjutan dan konsultasi terbuka untuk menindaklanjuti pemahaman peserta.

Pengabdian Kemitraan Masyarakat ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 6 September 2025 bertempat di Desa Balombong, Kecamatan Pamboang, Kab. Majene. Kegiatan pengabdian dihadiri oleh 2 orang tim dosen dari Universitas Sulawesi Barat (Unsulbar), 5 orang mahasiswa Prodi Informatika Unsulbar dan 20 orang anggota kelompok nelayan "Bura Lembong" yang terdiri dari nelayan 10 orang dan istri nelayan 10 orang. Partisipasi yang aktif dari mitra sasaran program, terutama anggota kelompok nelayan "Bura Lembong" dan IRT Desa Balombong, menjadi pilar utama keberhasilan Program Kemitraan Masyarakat ini. Kelompok nelayan Bura' Lembong, dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan lokal dan akses yang dimilikinya terhadap jaringan komunitas, memainkan peran kunci

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

dalam memastikan bahwa program dikembangkan dengan memperhatikan konteks dan kearifan lokal. Kolaborasi antara kelompok nelayan dan dosen Universitas Sulawesi Barat dalam menciptakan kesempatan untuk mengintegrasikan pengetahuan praktis dengan konteks lokal, mendukung pendekatan inovatif dalam mengoptimalkan potensi ekonomi desa terutama dalam inovasi pengolahan produk dan strategi pemasaran digital juga memanfaatkan sumber daya lokal secara optimal.

Evaluasi pelatihan inovasi produk olahan cumi dan strategi pemasaran modern memiliki peran penting dalam mengukur keberhasilan program, mengidentifikasi dampak terhadap pengetahuan dan keterampilan peserta, serta memastikan relevansi materi dengan kebutuhan lapangan. Evaluasi ini dirancang oleh tim dosen Universitas Sulawesi Barat bersama mitra pelaksana guna memperoleh gambaran menyeluruh tentang efektivitas pelatihan serta tantangan yang mungkin dihadapi di lapangan. Salah satu aspek utama yang dievaluasi adalah partisipasi dan keterlibatan masyarakat, khususnya kelompok nelayan dan istri nelayan di Desa Balombong. Penilaian dilakukan terhadap sejauh mana peserta aktif mengikuti sesi pelatihan, memahami materi tentang diversifikasi olahan cumi (seperti abon, stik, dan keripik), serta sejauh mana peserta mampu mengaplikasikan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Metode evaluasi meliputi penyebaran kuesioner, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan observasi langsung saat pelatihan berlangsung. Selain itu, evaluasi juga difokuskan pada dampak terhadap peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran produk lokal, termasuk perubahan dalam cara peserta mengemas, mempromosikan, dan menjual produknya. Adanya peningkatan daya tarik kemasan, nama produk yang lebih menjual, serta kemampuan menggunakan platform digital menjadi indikator keberhasilan awal. Hasil evaluasi ini diharapkan dapat memberikan umpan balik konstruktif untuk penyempurnaan program di masa mendatang, sekaligus mendorong keberlanjutan kegiatan dan penguatan ekonomi lokal melalui pemanfaatan potensi hasil laut secara maksimal.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam kegiatan pengabdian ini, fokus utamanya adalah peningkatan kapasitas nelayan Desa Balombong melalui pengenalan inovasi produk dan strategi pemasaran digital. Fokus utama ini melibatkan penerapan teknologi dan pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa. Dengan memusatkan perhatian pada peningkatan wawasan, pengetahuan dan perubahan pola pikir kelompok nelayan dan istri nelayan melalui pelatihan yang diselenggarakan oleh dosen Universitas Sulawesi Barat, pengabdian kemitraan ini bertujuan untuk memperkenalkan jenis inovasi produk olahan cumi dan strategi pemasaran dengan pemanfaatan platform digital seperti media sosial, *e-commerce* dan teknik branding sederhana untuk

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

meningkatkan kapasitas kelompok nelayan dan ibu rumah tangga dalam mengolah dan memasarkan hasil laut.



Gambar 2. Kondisi Mitra

Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan pengabdian kemitraan masyarakat yang telah dilakukan di Desa Balombong:



Gambar 3. Pelatihan Inovasi Produk dan Pemasaran Digital

Tujuan pengabdian ini tercapai dengan baik, hal ini dilihat dari meningkatnya pengetahuan dan kapasitas serta pola pikir anggota kelompok nelayan dan istri terhadap pentingnya inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan pendapatan dan perekonomian. Peserta pelatihan merasa antusias yang dilihat dari sesi tanya jawab dan diskusi. Pertanyaan terkait dengan penggunaan alat tangkap yang masih manual menjadi kendala dalam meningkatkan kuantitas produk yang berpengaruh terhadap olahan. Selain itu, peserta sangat

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

mengharapkan pendampingan pelatihan diversifikasi produk olahan cumi agar lebih awet dan beragam kedepannya. Teknologi merupakan bagian terpenting dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam produksi dan pemasaran produk. Lingkungan yang dibangun dalam pelatihan mendukung pengembangan ide-ide inovatif. Anggota kelompok nelayan dan istri nelayan mampu menciptakan solusi kreatif untuk masalah yang dihadapi dan berinovasi terhadap produk serta layanan yang di tawarkan.

Pengenalan inovasi produk dan strategi pemasaran digital yang sampaikan langsung oleh ketua pengabdian berupa pemaparan materi terkait jenis-jenis olahan seperti abon cumi, stik cumi, dan keripik cumi. Pelatihan ini tidak sampai pada praktik langsung, namun menitikberatkan pada peningkatan pengetahuan dan wawasan mitra. Dalam tahap ini, peserta juga memperlihatkan respon yang positif, selalu mengikuti dengan semangat dan terasa sangat bermanfaat karena awalnya kapasitas pengetahuan nelayan belum sepenuhnya paham atau mengerti menjadi meningkat dan dan peserta sangat berharap adanya pendampingan secara berlanjut kedepannya di Desa Balombong.

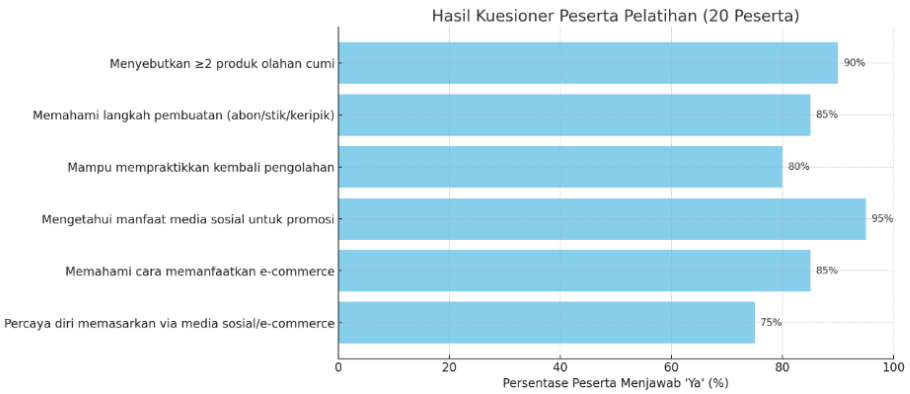


Gambar 4. Contoh Branding Produk untuk kemasan produk Cumi

Pengenalan strategi pemasaran digital, mencakup pemanfaatan media sosial, *e commerce* sederhana, dan teknik *branding* seperti pembuatan nama produk, label, dan kemasan menarik. Dalam diskusi, tim pengabdian menerima dan menampung setiap pertanyaan yang diajukan oleh peserta sehingga mereka merasa mengerti dan puas. Pada awal dan akhir acara, tim pengabdian mengajukan pertanyaan kepada para peserta untuk mengetahui sejauhmana materi yang disampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh peserta. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, baik pada saat penyampaian materi, ditemukan fenomena yang menunjukkan keberhasilan dari kegiatan pengabdian dari tim maupun kelompok nelayan dan IRT peserta sebagai mitra sasaran pengabdian.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Hasil evaluasi pelatihan inovasi produk olahan cumi dan strategi pemasaran modern melalui diskusi kelompok dan observasi langsung saat pelatihan berlangsung memiliki peran penting dalam mengukur keberhasilan program, mengidentifikasi dampak terhadap pengetahuan dan keterampilan peserta, serta memastikan relevansi materi dengan kebutuhan lapangan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan wawasan peserta mengenai ragam inovasi produk olahan cumi dan potensi ekonominya serta adanya peningkatan pengetahuan peserta dalam strategi pemasaran produk hasil laut menggunakan platform digital. Target yang dicapai adalah 90% peserta memahami minimal 3 jenis produk olahan cumi dan proses dasarnya berdasarkan materi pelatihan yang disampaikan serta 80% peserta dapat menyebutkan manfaat media sosial dan *e-commerce* serta menyusun rancangan dasar promosi digital sederhana untuk produk olahan. Keberlanjutan program pelatihan inovasi olahan cumi dan strategi pemasaran modern diimplementasikan melalui serangkaian langkah strategis yang dirancang untuk memastikan dampak jangka panjang bagi masyarakat Desa Balombong. Berikut Hasil kuesioner evaluasi kegiatan yang dilakukan.



Gambar 5. Hasil kuesioner

. Hasil kuesioner menunjukkan tingkat pemahaman dan kesiapan peserta setelah mengikuti pelatihan inovasi produk olahan cumi dan strategi pemasaran digital. Secara umum, mayoritas peserta sudah mampu mengenali berbagai produk olahan cumi dengan capaian 90% serta memahami langkah-langkah pengolahannya sebesar 85%. Namun, hanya 80% peserta yang merasa yakin dapat mempraktikkan kembali proses pengolahan secara mandiri, yang menandakan masih diperlukan pendampingan praktis lebih intensif. Dari sisi pemasaran, 95% peserta telah mengetahui manfaat media sosial untuk promosi produk, namun pemahaman teknis penggunaan *e-commerce* masih berada pada angka 85% dan tingkat kepercayaan diri memasarkan produk secara online hanya 75%. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun pengetahuan dasar peserta tentang pemasaran digital cukup baik, kemampuan aplikatif dan rasa percaya diri masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, pelatihan dapat dikategorikan berhasil dalam aspek pengenalan dan pemahaman materi, tetapi perlu diperkuat melalui praktik berulang, pendampingan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

teknis, serta simulasi promosi online agar target capaian 90% pada seluruh aspek dapat terpenuhi.

4. Kesimpulan

Pelatihan inovasi produk olahan cumi dan strategi pemasaran digital bagi masyarakat Desa Balombong, khususnya kelompok nelayan dan istri nelayan, telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu mengenali berbagai jenis produk olahan cumi serta memahami langkah-langkah pengolahan yang tepat. Selain itu, peserta juga mulai menyadari pentingnya pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran modern. Meskipun demikian, masih terdapat keterbatasan pada aspek kemampuan praktik mandiri serta rasa percaya diri dalam memasarkan produk secara online. Oleh karena itu, kegiatan ini tidak hanya berhasil menjawab tujuan utama pengabdian, yaitu memperkuat kapasitas masyarakat dalam diversifikasi produk dan pemasaran, tetapi juga memberikan implikasi perlunya pendampingan lanjutan, simulasi pemasaran digital, serta penguatan literasi teknologi agar keberlanjutan program dapat terjaga. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat menjadi langkah awal dalam mendorong kemandirian ekonomi lokal melalui optimalisasi potensi hasil laut yang dimiliki Desa Balombong

Ucapan Terimakasih (Optional)

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada seluruh tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat, serta kepada pemerintah dan warga Desa Balombong atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama kegiatan ini. Penghargaan khusus juga ditujukan kepada LPPM atas bantuan dana DIPA dari Universitas Sulawesi Barat untuk melaksanakan kegiatan ini. Dukungan dan Kerjasama yang telah diterima sangat berperan penting dalam program pengabdian kemitraan masyarakat ini.

Daftar Pustaka

Nurul, Nurjaina. (2005). *Teknologi Daur Ulang Limbah Cair*. Yogyakarta: Andi Djemma Press.

Fuad MAZ. (2025). Peningkatan Produksi dan Pengembangan Industri Rumah Tangga (IRT) Ikan Asap di Desa Banyuurip-Ujungpangkah - Gresik. j-dinamika [Internet]. Tersedia pada: https://publikasi.polije.ac.id/index.php/j-dinamika/article/view/1059

Kurniaty K, E AR, Fatimah A. (2024). Transformasi Bisnis Melalui Promosi, Pemasaran Digital dan Ekspansi Pasar: Upaya Pemberdayaan Komunitas Wanita Nelayan (KWN) Fatimah Az zahrah. JAI, 4(4):1922–9.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Meliyati, Ruri Ramayati, Ainun Safira. (2024). Strategi Peningkatan Kesejahteraan Nelayan melalui Diversifikasi Usaha Berbasis Ekowisata. J Pengabdi kpd Masy (PEMAS), pp.28–36.

Sadat A, Basir MuhA, Sitti Cahyani WO, Salmatia S, Ayucandra L. (2024). Penguatan Modal Sosial Dalam Pengolahan Ikan Asap Terhadap Peningkatan Kesejeahteraan Masyarakat Nelayan Di Desa Lasalimu. JPkMN,5(2):2564–76.

Septantiningtyas N. (2024). Program Pelatihan Pengolahan Hasil Laut Bagi Ibu-Ibu Pesisir Dan Guru Sekolah Dasar: Strategi Pemberdayaan Ekonomi Keluarga. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 2(4):1014–7.

Setyaningrum A, Hartanto BW. (2020). Peningkatan Kapasitas Istri Nelayan Dalam Pengolahan Hasil Perikanan Di Dusun Kuwaru Desa Poncosari, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul. Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 4(2):184.

Soehardjoepri S, Nurmianto E, Anzip A. (2021). PKM Usaha Aneka Olahan Ikan dan Kerajinan Kerang. Pengabdian, 1(2):173–9.

Tianotak R, Maluku Y, Abrahamsz J. (2023). Peningkatan Kapasitas Istri Nelayan Dalam Pengolahan Hasil Perikanan Di Negeri Kailolo. Balobe, 2(1):23–7.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).