

Pendampingan Rumah Tangga Nelayan dengan Pembuatan Usaha Kerupuk Ikan di Desa Numbing Kecamatan Bintan Pesisir Kabupaten Bintan

**Alfi Husni¹, Nurbaiti Usman Siam², Suherry³, Muhamad Anugrahi Barus⁴, Nur Humaira⁵,
Tessya Adwina Ipriani^{*6}**

^{1,5} Program Studi Sosiologi STISIPOL Raja Haji Tanjungpinang

^{2,3,4,6} Program Studi Ilmu Pemerintahan STISIPOL Raja Haji Tanjungpinang

e-mail: alfi.husni86@gmail.com¹, nurbaitiusmansiam@gmail.com², suherry89@mail.com³,
muhamadanugrahi123@gmail.com⁴, nurhumaira.ard@gmail.com⁵,
tessyaadwina@gmail.com⁶

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Numbing, Kecamatan Bintan Pesisir, Kabupaten Bintan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan rumah tangga nelayan melalui pengembangan usaha kerupuk ikan berbasis kelompok istri nelayan. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan sarana produksi, rendahnya pengetahuan manajemen usaha, serta belum optimalnya strategi pemasaran. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan sosialisasi, pelatihan kewirausahaan, penerapan teknologi tepat guna, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan difokuskan pada peningkatan keterampilan produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran digital melalui media sosial serta marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola usaha secara mandiri, memperbaiki kualitas produk, dan mengembangkan kemasan serta merek usaha. Selain itu, mitra mulai memanfaatkan platform digital untuk memperluas pemasaran produk. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan keluarga nelayan serta mendorong kemandirian ekonomi perempuan pesisir.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Nelayan Pesisir, Kerupuk Ikan, Kewirausahaan, Pemasaran Digital

Abstract

This community service program was conducted in Numbing Village, Bintan Pesisir District, Bintan Regency, with the aim of improving the welfare of fishing households through the development of a fish cracker business based on fishermen's wives' groups. The main challenges faced by partners included limited production facilities, limited business management knowledge, and suboptimal marketing strategies. The program was implemented using a participatory approach, encompassing socialization, entrepreneurship training, the application of appropriate technology, mentoring, and evaluation. The training focused on improving production skills, financial management, and digital marketing through social media and marketplaces. Results showed an increase in partners' ability to manage their businesses independently, improve product quality, and develop packaging and branding. Furthermore, partners began utilizing digital platforms to expand product marketing. This program has had a positive impact on improving the knowledge, skills, and income of fishing families and promoting the economic independence of coastal women.

Keywords: Community Empowerment, Coastal Fishermen, Fish Crackers, Entrepreneurship, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Desa Numbing merupakan salah satu desa kepulauan yang memiliki luas wilayah 81,5 km², menjadikannya sebagai salah satu desa dengan wilayah terluas di Kecamatan Bintan Pesisir, Kabupaten Bintan. Desa ini memiliki potensi perikanan yang besar

karena berada di kawasan konservasi Taman Wisata Perairan Timur Pulau Bintan. Namun, kondisi geografis yang terpisah dari daratan utama membuat aksesibilitas ke pusat kota dan ibukota menjadi tantangan tersendiri, karena masyarakat harus menyeberangi laut untuk mendapatkan akses terhadap fasilitas ekonomi dan layanan publik (BPS, 2024b)

Salah satu mata pencaharian utama masyarakat di Desa Numbung adalah sebagai nelayan. Berdasarkan data statistik Kabupaten Bintan tahun 2023, sekitar 22,92% penduduk Bintan bekerja sebagai petani, peternak, dan nelayan (BPS, 2024a). Sayangnya, rata-rata pendapatan rumah tangga nelayan di wilayah pesisir ini tergolong rendah, berkisar antara Rp1.500.000 hingga Rp3.000.000 per-bulan (Aqmal, 2018). Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh para nelayan adalah ketergantungan mereka pada tauke atau tengkulak dalam menjual hasil tangkapan mereka, yang sering kali mengakibatkan harga jual ikan lebih rendah dari harga pasar.

Selain tantangan ekonomi, faktor cuaca ekstrem dan perubahan iklim juga menjadi kendala signifikan bagi nelayan dalam melaut. Angin kencang, gelombang tinggi, serta musim hujan yang panjang seringkali menghambat aktivitas penangkapan ikan. Akibatnya, pendapatan rumah tangga nelayan menjadi tidak stabil (Ulfa, 2018). Penelitian menunjukkan bahwa mata pencaharian nelayan skala kecil di Indonesia sangat rentan terhadap perubahan lingkungan dan keterbatasan akses pasar, sehingga diperlukan diversifikasi usaha untuk menjaga kesejahteraan rumah tangga nelayan (Saksono *et al.*, 2023). Untuk mengatasi kondisi ini, sebagian istri nelayan, banyak ibu rumah tangga yang berusaha mencari sumber pendapatan tambahan dengan membuka usaha kecil seperti berjualan makanan ringan di rumah atau membentuk kelompok usaha (Rahmadeni, 2019). Dalam konteks pengolahan hasil laut, studi di Jambi menunjukkan bahwa industri kerupuk ikan memiliki nilai tambah yang cukup besar, namun masih terbatas oleh faktor teknis dan manajemen produksi (Elmida *et al.*, 2021).

Salah satu usaha potensial yang telah dijalankan oleh salah satu istri nelayan di Desa Numbung adalah usaha Kerupuk Ikan Watisuroso, yang dimiliki oleh Suwatiyah. Melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM Watisuroso di Desa Numbung. Usaha kerupuk ikan yang dijalankan oleh kelompok istri nelayan ini, masih dikelola secara tradisional dengan berbagai keterbatasan. Pemberdayaan masyarakat pesisir melalui usaha kerupuk ikan juga telah terbukti meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran dengan pendampingan yang tepat, sebagaimana dibuktikan dalam penelitian di Pulau Bawean (Gabriel *et al.*, 2024). Tantangan yang dihadapi antara lain: akses bahan baku yang bergantung pada musim gelombang, minimnya alat produksi, manajemen usaha yang belum optimal, serta teknik pemasaran yang masih konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital.

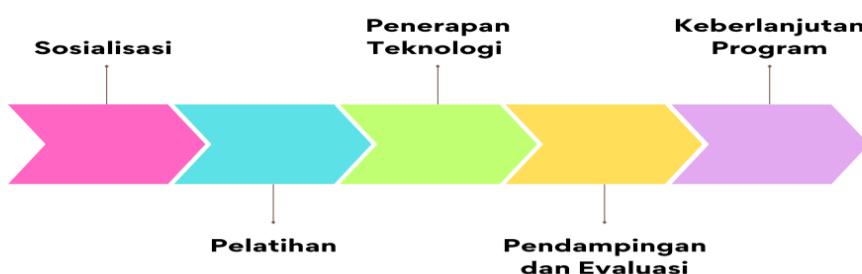
Produk yang dihasilkan pun belum memiliki identitas merek (*branding*) yang kuat maupun tampilan kemasan yang menarik, sehingga belum mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Distribusi produk pun masih terbatas pada wilayah sekitar desa, tanpa jaringan pemasaran yang memadai. Padahal, jika melihat potensi geografis Desa Numbung yang kaya akan sumber daya laut, pengolahan hasil tangkapan menjadi kerupuk ikan memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi sumber pendapatan alternatif yang mampu meningkatkan kesejahteraan rumah tangga nelayan. Oleh karena itu, usaha seperti kerupuk ikan Watisuroso memiliki potensi strategis untuk didampingi, ditata, dan diperkuat agar menjadi model kewirausahaan lokal yang berdaya saing.

Usaha Watisuroso yang dikelola oleh Suwatiyah bersama kelompok istri nelayan lainnya, memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi agar lebih produktif dan berkelanjutan. Ketersediaan bahan baku ikan sangat bergantung pada musim tangkap, sehingga stok bisa melimpah saat cuaca baik namun terbatas ketika kondisi laut tidak mendukung. Proses produksi masih dilakukan secara tradisional dengan peralatan yang terbatas, menyebabkan kapasitas produksi rendah dan produk yang dihasilkan, yaitu kerupuk ikan, belum memiliki standar mutu yang jelas. Distribusi usaha ini juga masih terbatas dalam skala lokal, diperparah dengan manajemen usaha yang belum tertata baik akibat tidak adanya pencatatan keuangan yang sistematis. Selain itu, pemasaran masih dilakukan secara konvensional tanpa strategi digital yang lebih luas, serta keterbatasan sarana dan prasarana produksi turut menjadi hambatan dalam meningkatkan efisiensi usaha.

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rumah tangga nelayan di Desa Numbing melalui pengembangan usaha kerupuk ikan. Program ini akan memberikan pelatihan dan pendampingan yang mencakup: 1) pelatihan kewirausahaan melalui *business model canvas* (manajemen usaha); 2) pendampingan pengolahan produk; 3) pendampingan *branding* dan desain kemasan produk; 4) pendampingan pemasaran melalui *digital marketing*; dan 5) pendampingan legalitas usaha. Fokus utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan pendapatan mitra melalui pendampingan kewirausahaan guna menciptakan wirausaha baru di kalangan istri nelayan. Melaksanakan kegiatan yang selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), Indikator Kinerja Utama (IKU), dan Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) sangat penting dalam perencanaan pembangunan. Hal ini untuk memastikan bahwa upaya yang dilakukan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap penyelesaian permasalahan global (Efendi, 2024) dan nasional (Nasution *et al.*, 2024). Dengan pelaksanaan program pendampingan ini, diharapkan usaha kerupuk ikan Watisuroso dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat pesisir di Desa Numbing, Kabupaten Bintan.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Numbing, Kecamatan Bintan Pesisir, Kabupaten Bintan, dengan sasaran utama kelompok istri nelayan yang berpotensi mengembangkan usaha pengolahan hasil laut berupa kerupuk ikan. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mitra dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pendampingan

Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan berkesinambungan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

1. Sosialisasi

Tahap awal dimulai dengan sosialisasi program kepada mitra, yaitu kelompok istri nelayan di wilayah pesisir. Sosialisasi bertujuan menjelaskan tujuan, manfaat, serta alur kegiatan yang akan dijalankan, sekaligus mendorong partisipasi aktif dan memetakan kebutuhan serta kesiapan anggota. Kegiatan dilakukan melalui pertemuan tatap muka dengan pendekatan partisipatif. Materi disampaikan menggunakan bahasa sederhana, dilengkapi pemutaran video motivasi tentang kewirausahaan perempuan. Setelah itu, dilakukan diskusi untuk menampung berbagai kendala yang dihadapi mitra, terutama terkait produksi, manajemen usaha, dan pemasaran.

2. Pelatihan

Pelatihan dibagi menjadi tiga bagian utama sesuai kebutuhan mitra:

a. Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Usaha

Pelatihan difokuskan pada dasar-dasar pengelolaan usaha, mulai dari pencatatan keuangan sederhana hingga penyusunan rencana usaha menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Peserta mendapat modul, contoh pencatatan, serta mengikuti simulasi usaha skala rumah tangga.

b. Pelatihan Produksi dan Pengolahan Hasil Laut

Materi menekankan teknik penanganan bahan baku yang higienis dan tahan lama, serta penggunaan alat produksi sederhana yang praktis dan aman.

c. Pelatihan Pemasaran dan *Digital Branding*

Peserta belajar membuat identitas merek, merancang kemasan sesuai standar, dan menyusun profil usaha. Selain itu, dilakukan praktik pemasaran digital melalui pembuatan akun di *e-commerce* dan teknik foto produk menggunakan ponsel.

3. Penerapan Teknologi

Setelah pelatihan, tim melanjutkan kegiatan dengan penerapan teknologi yang mendukung usaha mitra, antara lain:

a. Teknologi produksi melalui bantuan alat seperti mesin penggiling ikan dan alat pengering.

b. Teknologi digital, misalnya penggunaan aplikasi Canva untuk membuat label dan pemanfaatan *e-commerce* untuk distribusi produk.

c. Teknologi administrasi berupa aplikasi pencatatan keuangan berbasis ponsel.

Seluruh teknologi diuji coba di lokasi mitra dengan demonstrasi langsung. Penerapannya dilakukan bertahap menyesuaikan kemampuan dan kesiapan kelompok.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan intensif dilakukan selama 1–2 bulan setelah pelatihan. Kegiatannya mencakup:

a. Mendampingi mitra dalam proses produksi hingga mampu bekerja mandiri.

b. Membantu pengelolaan toko online serta pemasaran produk secara offline di pasar lokal atau kegiatan UMKM.

Evaluasi dilakukan secara berkala melalui observasi lapangan, penilaian sebelum dan sesudah pelatihan (*pre-test* dan *post-test*), serta pemantauan hasil penjualan dan perubahan pendapatan. Evaluasi ini digunakan untuk melihat perkembangan keterampilan, jumlah produk yang dihasilkan, dan peningkatan omzet.

5. Keberlanjutan Program

Agar kegiatan terus berjalan setelah program selesai, disusun beberapa langkah

keberlanjutan, yaitu:

- a. Pembentukan kelompok usaha mitra dengan susunan pengurus yang jelas.
- b. Pembentukan grup komunikasi melalui WhatsApp sebagai ruang berbagi informasi, konsultasi, dan pemantauan kegiatan secara berkala.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Numbung telah menunjukkan hasil yang sejalan dengan rencana kerja yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan yang dilaksanakan tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis dalam produksi kerupuk ikan, tetapi juga mencakup aspek manajemen usaha, strategi pemasaran, serta penerapan teknologi tepat guna. Pendekatan partisipatif menjadi dasar dalam pelaksanaan program ini, di mana mitra berperan aktif sebagai subjek utama sekaligus penerima manfaat. Keterlibatan mitra secara langsung pada setiap tahapan kegiatan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan hasil pendampingan dan peningkatan kapasitas rumah tangga nelayan.

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Sosialisasi Pengabdian Kepada Masyarakat

Gambar 2 menunjukkan tahap sosialisasi dilaksanakan melalui pertemuan tatap muka bersama kelompok istri nelayan di Desa Numbung. Pada sesi ini, tim menjelaskan tujuan, manfaat, serta tahapan kegiatan yang akan dijalankan agar seluruh peserta memahami arah program sejak awal. Sosialisasi dilakukan dengan pendekatan partisipatif sehingga mitra tidak hanya menjadi pendengar, tetapi juga dapat menyampaikan kondisi usaha yang sedang mereka jalankan, hambatan yang dihadapi, serta harapan terhadap pendampingan ini.

Melalui diskusi terbuka, beberapa persoalan utama berhasil diidentifikasi, seperti ketidakseragaman kualitas kerupuk, keterbatasan peralatan, belum adanya pencatatan keuangan, serta minimnya strategi pemasaran. Proses dialog ini membantu membangun kesepahaman bersama bahwa penguatan usaha kerupuk ikan diperlukan tidak hanya pada aspek produksi, tetapi juga pada manajemen dan pemasaran agar usaha dapat berkembang lebih stabil dan berkelanjutan.



Gambar 3. Pelatihan (a) Kewirausahaan dan Manajemen Usaha (b) Produksi dan Pengolahan Hasil Laut (c) Pemasaran dan *Digital Branding*

Gambar 3 menunjukkan kegiatan pelatihan dilaksanakan untuk memperkuat kapasitas kelompok istri nelayan di Desa Numbung dalam mengelola usaha berbasis hasil laut, khususnya produksi kerupuk ikan. Pelatihan dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman dan kebutuhan nyata para peserta, sehingga materi yang diberikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga mudah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Selama pelatihan, peserta diajak untuk terlibat aktif melalui demonstrasi, praktik langsung, dan diskusi singkat agar setiap materi yang disampaikan benar-benar dipahami. Pendekatan ini membuat peserta lebih nyaman untuk mencoba, bertanya, dan menyampaikan kendala yang mereka temui.

Pelatihan manajemen usaha menjadi langkah awal dalam membangun kemampuan dasar kewirausahaan. Peserta diperkenalkan pada konsep perencanaan bisnis melalui *Business Model Canvas (BMC)* serta praktik pencatatan keuangan harian dan bulanan menggunakan format sederhana (Wijayanti & Hidayat, 2020). Pendampingan juga mencakup simulasi perhitungan harga pokok produksi untuk membantu peserta menentukan harga jual yang kompetitif. Penggunaan aplikasi pencatatan berbasis ponsel memperlihatkan hasil positif, karena peserta dapat lebih mudah memantau arus kas dan memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang teratur.

Pada pelatihan keterampilan produksi dan penerapan teknologi tepat guna, kegiatan difokuskan pada peningkatan mutu dan efisiensi proses produksi. Peserta belajar mengolah bahan baku ikan dengan cara yang higienis, memanfaatkan mesin penggiling ikan, serta menerapkan teknik pengeringan yang lebih cepat dan merata. Selain praktik produksi, peserta juga diperkenalkan dengan peralatan sederhana seperti mesin pengering dan alat pengemas yang dapat membantu menjaga kualitas serta memperpanjang daya simpan produk. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan teknis dan kesadaran peserta terhadap pentingnya penerapan teknologi sederhana dalam usaha rumah tangga.

Pelatihan pemasaran dan digital branding bertujuan mengembangkan kemampuan promosi dan memperkuat identitas produk (Abdurrahman *et al.*, 2020). Peserta belajar membuat logo, profil usaha, dan desain kemasan menggunakan aplikasi *Canva*. Mereka juga dilatih mengelola akun media sosial usaha, seperti *Instagram* dan *WhatsApp Business*, untuk memperluas jaringan pemasaran. Kegiatan ini menghasilkan perubahan nyata pada tampilan produk yang kini memiliki kemasan lebih menarik dan citra merek yang lebih profesional.



Gambar 4. Penerapan Teknologi (a) Produksi (b) Teknologi Digital

Gambar 4 menghasilkan tahap penerapan teknologi berkelanjutan logis dari rangkaian kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan sebelumnya. Pada fase ini, kelompok mitra tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis, tetapi juga diarahkan untuk menerapkan langsung keterampilan dan pengetahuan yang telah diperoleh selama pelatihan. Pendekatan berbasis praktik ini dimaksudkan agar peserta dapat menguasai penggunaan teknologi secara fungsional sekaligus menyesuaikannya dengan kondisi dan kebutuhan usaha mereka. Dalam aspek teknologi produksi, tim pelaksana memberikan dukungan berupa penyediaan peralatan yang relevan dengan kegiatan usaha mitra. Beberapa alat yang diserahkan meliputi mesin penggiling ikan untuk mempercepat proses pengolahan bahan baku, alat pengering yang berfungsi menjaga daya tahan serta higienitas produk, mesin pengemas sederhana untuk memperbaiki tampilan sekaligus keamanan kemasan, serta perlengkapan pendukung lain yang menunjang proses produksi. Penerapan peralatan ini tidak hanya dimaksudkan untuk meningkatkan kapasitas produksi, tetapi juga untuk memperbaiki standar mutu hasil olahan. Dengan penggunaan teknologi yang lebih modern, proses produksi menjadi lebih efisien, waktu penggerjaan dapat dipersingkat, dan potensi kontaminasi produk dapat diminimalkan.

Selama proses penerapan berlangsung, peserta memperoleh pendampingan teknis secara langsung, mencakup pelatihan cara pengoperasian alat, perawatan rutin, hingga strategi pemanfaatan yang berkelanjutan. Pendekatan ini bertujuan agar teknologi yang telah diberikan benar-benar dapat diadopsi secara efektif oleh mitra, bukan hanya sekadar dimiliki. Selain teknologi produksi, kegiatan ini juga menitikberatkan pada penerapan teknologi digital yang berperan penting dalam mendukung aspek pemasaran dan *branding* produk. Mitra mendapatkan pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain label dan kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas produk. Upaya ini bertujuan meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat citra merek di mata konsumen.

Integrasi antara teknologi produksi dan teknologi digital ini menjadi indikator penting dari peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola usaha. Mitra kini tidak hanya lebih efisien dalam proses operasional, tetapi juga lebih adaptif terhadap dinamika pasar dan perkembangan teknologi yang terus berubah.



Gambar 5. Pendampingan dan Evaluasi

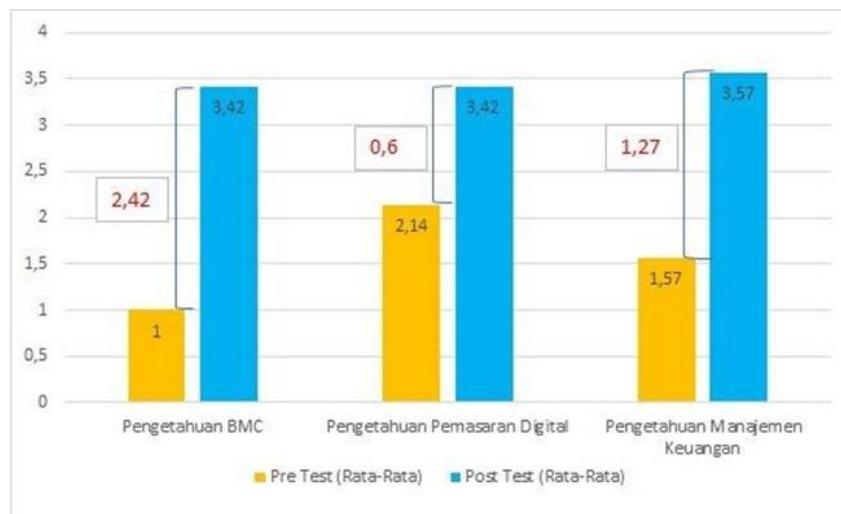
Selanjutnya pada gambar 5 dilakukan tahapan pendampingan setelah seluruh kegiatan pelatihan dan penerapan teknologi selesai dilakukan. Tujuan utama kegiatan ini adalah memastikan bahwa mitra mampu menerapkan keterampilan dan teknologi yang telah diperoleh secara mandiri, konsisten, dan berkelanjutan dalam aktivitas usahanya. Proses pendampingan berlangsung selama kurang lebih dua bulan dengan fokus pada empat aspek utama, yaitu pengolahan produk, penguatan identitas usaha, pemasaran digital, serta legalitas bisnis.

1. Pendampingan Pengolahan Produk, difokuskan pada peningkatan mutu dan konsistensi kerupuk ikan melalui bimbingan langsung pada proses pengolahan, pengeringan, dan pengemasan agar menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih stabil dan menarik.
2. Pendampingan *Branding* dan Desain Kemasan, diarahkan untuk memperkuat identitas produk melalui pembuatan logo, label, dan kemasan baru menggunakan aplikasi desain sederhana sehingga meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen.
3. Pendampingan Pemasaran Digital, bertujuan membantu mitra beralih dari sistem pemasaran konvensional ke promosi berbasis media sosial, khususnya Instagram, guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
4. Pendampingan Legalitas Usaha, difokuskan pada peningkatan pemahaman mitra mengenai proses perizinan, hak dan kewajiban pelaku usaha, serta kepatuhan terhadap regulasi agar kegiatan usaha memiliki dasar hukum yang jelas dan aman dijalankan.



Gambar 6. Pendampingan (a) *Branding* dan Desain Kemasan (b) Pemasaran Digital (c) Legalitas Usaha

Gambar 6 merupakan hasil dari kegiatan yang dilaksanakan, selanjutnya proses evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan kepada mitra (Saputra *et al.*, 2022). Berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan, terlihat bahwa mitra mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan, baik dalam aspek teknis produksi maupun pengelolaan usaha. Penggunaan alat bantu produksi seperti mesin penggiling ikan dan alat pengemas sederhana menunjukkan peningkatan efisiensi kerja dan konsistensi kualitas produk. Selain itu, tampilan kemasan yang telah diperbarui juga memperkuat citra produk di pasaran.



Gambar 7. Grafik Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test*

Gambar 7 menunjukkan sebanyak 20 peserta mengikuti evaluasi pelatihan melalui *pre-test* dan *post-test*. *Pre-test* diberikan di awal kegiatan untuk mengetahui pemahaman dasar peserta, sementara *post-test* dilakukan setelah seluruh materi selesai disampaikan. Keduanya menggunakan jenis pertanyaan yang sama agar perubahan pengetahuan dapat terlihat jelas. Jika melihat grafik perbandingan nilai, peningkatan terjadi di semua materi. Rata-rata pengetahuan tentang *Business Model Canvas* (BMC) naik dari 1,00 menjadi 3,42, pemahaman mengenai pemasaran digital meningkat dari 2,14 menjadi 3,42, dan nilai pada materi manajemen keuangan bertambah dari 1,57 menjadi 3,57. Kenaikan ini menunjukkan bahwa peserta mampu menangkap isi pelatihan dan materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dari hasil monitoring setelah pelatihan, perubahan positif juga terlihat pada praktik usaha. Produksi menjadi lebih teratur, kualitas produk lebih stabil, dan strategi pemasaran digital mulai dimanfaatkan secara rutin. Penggunaan kemasan baru turut memberi dampak pada penjualan, yang ditunjukkan dari peningkatan omzet beberapa minggu setelah pelatihan diterapkan. Temuan ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami materi, tetapi juga mulai menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

2. Penyelesaian Setiap Aspek Kegiatan yang Ditangani

a. Aspek Produksi

Pada aspek produksi, permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan sarana prasarana serta ketergantungan pada musim tangkap ikan.

Sebelum program dilaksanakan, proses pembuatan kerupuk masih mengandalkan alat sederhana seperti cobek, wajan besar, dan penjemuran terbuka. Kondisi ini membuat kapasitas produksi rendah, waktu kerja panjang, dan mutu produk tidak seragam. Untuk mengatasi hal tersebut, program pengabdian menyediakan mesin penggiling ikan, alat pengering, dan mesin pengemas sederhana yang terbukti mempercepat proses serta membantu menjaga standar mutu. Pelatihan penggunaan alat juga diberikan agar mitra mampu mengoperasikannya secara mandiri. Penyusunan prosedur operasional standar (SOP) menjadi langkah penting dalam memastikan setiap tahap produksi mulai dari pemilihan ikan, penggilingan, pencampuran adonan, pencetakan, hingga pengemasan berjalan sesuai standar (Aradhana *et al.*, 2025). Evaluasi menunjukkan adanya pengurangan waktu kerja dan penurunan tingkat produk gagal, serta peningkatan kapasitas produksi dari 12–16 kg menjadi 18–22 kg per minggu. Kenaikan kapasitas ini berpengaruh pada meningkatnya omset bulanan mitra. Selain dukungan peralatan, teknik penyimpanan dengan pendinginan sederhana diperkenalkan untuk menjaga kesegaran ikan ketika pasokan tidak stabil, sehingga produksi dapat berlangsung lebih konsisten.

Upaya penguatan produksi ini sejalan dengan berbagai temuan penelitian di Indonesia. Studi mengenai UMKM kerupuk menunjukkan bahwa penggunaan peralatan mekanis mampu meningkatkan efisiensi dan menjaga keseragaman mutu produk (Firdaus & Intyas, 2020). Penelitian lain mengembangkan mesin pencetak kerupuk ikan yang terbukti mempercepat proses pencetakan dan meningkatkan kapasitas harian pelaku usaha kecil (Ridlwan *et al.*, 2021). Pada tahap pengeringan, penggunaan rumah pengering sederhana berbasis sinar matahari dinilai dapat memperbaiki kualitas dan mempercepat proses pengeringan kerupuk ikan di tingkat UMKM (Sumarto *et al.*, 2024). Sementara itu, penelitian di Kabupaten Bintan menunjukkan bahwa pengolahan ikan menjadi kerupuk memberikan nilai tambah ekonomi yang signifikan, terutama ketika proses produksi dilakukan dengan standar yang lebih baik dan sarana yang memadai (Sari *et al.*, 2021). Temuan-temuan tersebut menguatkan bahwa dukungan peralatan, SOP, dan manajemen bahan baku dalam program ini berada pada jalur yang tepat untuk meningkatkan kapasitas produksi mitra secara berkelanjutan.

b. Aspek Manajemen Usaha

Pada aspek manajemen usaha, kegiatan difokuskan pada penguatan kapasitas mitra dalam memahami konsep kewirausahaan, pencatatan keuangan, dan penyusunan model bisnis yang sesuai dengan kondisi lokal. Sebelum pendampingan dilakukan, kelompok istri nelayan di Desa Numbing belum memiliki sistem manajemen yang terstruktur. Seluruh aktivitas usaha mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, hingga penjualan berjalan secara spontan tanpa pencatatan yang memadai. Kondisi ini menyulitkan mitra dalam menentukan biaya produksi, menghitung keuntungan, serta menyusun rencana pengembangan usaha. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, pelatihan diberikan dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang disesuaikan dengan karakter usaha rumah tangga. Melalui BMC, mitra belajar mengenali sumber daya utama, menetapkan hubungan dengan pemasok, memetakan segmen pasar, dan merumuskan proposisi nilai produk kerupuk ikan. Hasilnya, tersusun satu dokumen BMC yang dapat dijadikan pedoman dalam mengelola usaha secara lebih terarah.

Pencatatan keuangan menjadi bagian penting dari pendampingan. Mitra dilatih menggunakan metode pencatatan sederhana melalui buku kas harian dan aplikasi keuangan yang mudah dioperasikan menggunakan ponsel. Selama dua bulan

pendampingan, pencatatan transaksi harian dapat dilakukan secara konsisten. Perubahan ini menunjukkan meningkatnya kesadaran bahwa usaha perlu dikelola secara profesional meskipun masih berskala rumah tangga. Dengan pencatatan yang lebih baik, mitra dapat mengetahui laba bersih, mengatur arus kas, serta merencanakan investasi kecil seperti pembelian bahan baku tambahan atau perbaikan alat (Indawati *et al.*, 2025). Pembentukan struktur organisasi sederhana juga dilakukan untuk memperjelas peran setiap anggota, seperti bagian produksi, pemasaran, dan administrasi. Pembagian tugas ini mempermudah koordinasi dan meningkatkan rasa tanggung jawab antaranggota. Pendekatan tersebut sejalan dengan berbagai temuan di Indonesia yang menunjukkan bahwa pelatihan manajemen, sistem pencatatan keuangan sederhana, dan pembagian peran dalam kelompok mampu meningkatkan kinerja UMKM, memperkuat sikap kewirausahaan, serta mendukung keberlanjutan usaha (Turangan, 2022). Dengan demikian, pendampingan manajemen usaha tidak hanya memperbaiki tata kelola, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri serta komitmen mitra dalam mengembangkan usaha secara berkelanjutan

c. Aspek Pemasaran dan *Branding*

Aspek pemasaran menjadi bagian penting yang menentukan keberlanjutan usaha karena berkaitan langsung dengan kemampuan produk menjangkau konsumen yang lebih luas. Sebelum pendampingan dilakukan, pemasaran kerupuk ikan Watisuroso masih terbatas pada lingkungan sekitar Desa Numbing. Promosi hanya mengandalkan penyebaran informasi dari mulut ke mulut, sementara produk belum memiliki identitas merek yang kuat, kemasan sederhana, dan belum memanfaatkan media digital. Kondisi seperti ini umum terjadi pada UMKM pesisir yang masih beroperasi secara tradisional sehingga pasar yang dapat dijangkau menjadi sangat terbatas (Firdaus *et al.*, 2025)

Melalui program pendampingan, mitra mendapatkan pelatihan terkait perancangan merek, desain kemasan, serta strategi pemasaran digital. Produk kemudian diberi identitas baru yang menonjolkan ciri khas lokal Desa Numbing. Logo, informasi komposisi, label halal, dan izin PIRT disertakan untuk meningkatkan kredibilitas dan keamanan pangan. Desain kemasan dibuat lebih rapi dan higienis menggunakan plastik kedap udara dengan label yang dirancang melalui aplikasi Canva. Langkah ini sejalan dengan temuan (Ariodutho *et al.*, 2023) yang menyebutkan bahwa kemasan dan identitas merek yang kuat berpengaruh pada persepsi kualitas dan dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM.

Pada aspek pemasaran digital, mitra diperkenalkan cara menggunakan Instagram, WhatsApp Business, dan marketplace seperti Shopee atau Tokopedia sebagai sarana pemasaran. Akun digital usaha berhasil dibuat dan mulai dikelola secara rutin, dengan unggahan konten minimal tiga kali per bulan seperti foto produk, testimoni konsumen, dan promosi harga. Selain itu, pemasaran offline juga diperkuat melalui kerja sama dengan satu toko oleh-oleh di wilayah Bintan serta partisipasi dalam pameran UMKM tingkat kabupaten. Upaya pemasaran terpadu ini sejalan dengan penelitian (Yaqin & Sholehah, 2025) yang menunjukkan bahwa kombinasi pemasaran *digital* dan *offline* mampu meningkatkan jangkauan pasar UMKM secara signifikan, terutama di sektor pangan olahan.

Hasil pendampingan menunjukkan perkembangan yang cukup baik. Dalam dua bulan, permintaan kerupuk ikan tidak hanya meningkat di lingkungan sekitar desa, tetapi juga mulai berdatangan dari luar wilayah melalui pemesanan *online*. Perubahan ini menegaskan bahwa strategi *branding* dan pemasaran digital mampu membantu

UMKM pesisir memperluas pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta memperkuat daya saing ketika dibandingkan dengan produk sejenis di tingkat lokal maupun regional.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini telah menghasilkan capaian awal seperti meningkatnya keterampilan produksi, mulai diterapkannya pencatatan keuangan sederhana, serta terbukanya akses pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial. Meski demikian, evaluasi menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan, terutama dalam penggunaan teknologi tepat guna, penyempurnaan desain kemasan, dan penguatan branding agar usaha mitra lebih kompetitif. Karena itu, keberlanjutan program menjadi penting agar pengetahuan dan keterampilan yang diberikan benar-benar diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari, sekaligus mendorong kolaborasi dengan pihak lokal untuk memperkuat kemandirian dan daya saing masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Republik Indonesia, Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) Tahun Anggaran 2025 yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi melalui program BIMA sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi juga disampaikan kepada Kepala Desa Numbing beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan izin, dukungan, dan dorongan selama pelaksanaan program.

Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada Ibu Suwatiah selaku mitra utama, yang telah berperan aktif dalam setiap tahapan kegiatan serta menjadi teladan bagi ibu rumah tangga lainnya di Desa Numbing. Penulis juga menghargai kontribusi kelompok usaha rumah tangga di Desa Numbing yang dengan antusias mengikuti pelatihan, diskusi, serta kegiatan pendampingan.

Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih kepada rekan dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam skema Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yang telah memberikan waktu, tenaga, dan ide-ide kreatif dalam mendukung keberhasilan program pengabdian ini. Tanpa kolaborasi dari seluruh pihak tersebut, kegiatan ini tidak akan berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G. *et al.* (2020) "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), hal. 88–92. Tersedia pada: <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>.
- Aqmal, R. (2018) "Strategi Kelangsungan Hidup Nelayan Dalam Pemenuhan Ekonomi Keluarga Di Desa Kelong, Kecamatan Bintan Pesisir, Kabupaten Bintan," *Asian People Journal (APJ)*, 1(2), hal. 174–184.
- Aradhana, M.L. *et al.* (2025) "Implementasi Standar Operasional dan Pelatihan Digitalisasi untuk Efisiensi UMKM Cafe Dapur Mami Princess," *Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), hal. 352–360.
- Ariodutho, S. *et al.* (2023) "Pengaruh Packaging Produk terhadap Persepsi Kualitas dan Nilai Produk UMKM Anisa Bakery," *Masarin*, 2(1), hal. 204–214. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.56881/masarin.v2i1.206>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bintan. Kabupaten Bintan Dalam Angka 2024. Bintan.

- Tersedia pada:
<https://bintankab.bps.go.id/publication/2024/02/28/2032bd4c982fe1573b6ae9b6/kab-upaten-bintan-dalam-angka-2024.html>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bintan. Kecamatan Bintan Pesisir dalam Angka 2024. Bintan. Tersedia pada:
<https://bintankab.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/7224eba93584e076911fc5c3/b-intan-pesisir-district-in-figures-2024.html>.
- Efendi, Z. (2024) "Strategi Pembangunan Berkelanjutan dalam Perencanaan Daerah untuk Menghadapi Perubahan Iklim Global," *Indonesian Journal of Research and Service Studies*, 1(4), hal. 198–209. Tersedia pada:
<https://doi.org/https://doi.org/10.59613/8zf9nq56>.
- Elmida, Alamsyah, Z. dan Wahyuni, I. (2021) "Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Ikan Di Kota Jambi," *Journal Of Agribusiness and Local Wisdom (JALOW)*, 4(2), hal. 11–17.
- Firdaus, J. et al. (2025) "Penguatan Branding UMKM Camilan Khas Madura melalui Pelatihan dan Pendampingan Desain Logo untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), hal. 6422–6427. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2652>.
- Firdaus, M. dan Intyas, C.A. (2020) "Efisiensi Kapasitas dan Biaya Produksi Kerupuk Ikan melalui Penggunaan Mesin Pengadonan pada UKM Maharani," *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), hal. 185–191. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v5i2.1079>.
- Gabriel, A.A. et al. (2024) "Empowering Bawean Island Coastal Communities Through Fish Crackers Product Branding And Marketing," *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 7(2), hal. 156–165.
- Indawati, I., Anggraini, A. dan Ruhiyat, E. (2025) "Pencatatan Sederhana untuk Meningkatkan Efisiensi dan Efektifitas Pengelolaan Keuangan pada UMKM Jawara Bojongsari Depok," *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 5(2), hal. 682–690. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.37481/pkmb.v5i2.1511>.
- Nasution, A.R. et al. (2024) "Literature Study : Pengaruh Strategi Perencanaan Terhadap Nasional," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(204), hal. 1197–1205.
- Rahmadeni, Y. (2019) "Kontribusi Istri Nelayan Dalam Meningkatkan," *Journal masyarakat Maritim*, 3(1), hal. 1–15.
- Ridlwan, A.A. et al. (2021) "Rancang Bangun Mesin Pengaduk Adonan Kerupuk Semi Otomatis dan Penataan Manajemen untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Kerupuk Jaya Abadi, Sidoarjo," *Inspirasi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), hal. 10–19.
- Saksono, H., Nissa', Z.N.A. dan Suadi, S. (2023) "Small-Scale Fisher's Livelihood Strategies: Findings from Case Studies in Several Indonesian Coastal Areas," *Jurnal Perikanan Universitas Gadjah Mada*, 25(1), hal. 9. Tersedia pada: <https://doi.org/10.22146/jfs.82815>.
- Saputra, Y.A., Ulum, M.C. dan Sofiyudin, A. (2022) "Evaluasi Program Pemberdayaan Petani Melalui Model Cipp (Context, Input, Process, Dan Product)," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Administrasi Negara*, 6(2), hal. 217–232.
- Sari, M.R., Ruwanti, S. dan Ratih, A.E. (2021) "Analisis Kelayakan Usaha Dan Nilai Tambah Usaha Pengolahan Ikan Menjadi Kerupuk Pada Home Industry Di Kelurahan Sei Lekop Kecamatan Bintan Timur Kabupaten Bintan," *Student Online*

- Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 2(2), hal. 672–684.
- Sari, P.I. dan Yanto, S. (2025) “Penguatan Kemandirian Ekonomi UMKM Desa Rejosari Melalui Literasi Keuangan dan Pemasaran,” *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), hal. 77–86. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.52072/abdine.v5i1.1197>.
- Sumarto, Suparmi dan Arief, H. (2024) “Peningkatan Kualitas Produksi Kerupuk Ikan Menggunakan Rumah Pengering Inovatif Sinar Matahari pada UMKM” Cik Delly” Rupat Utara Kabupaten Bengkalis,” *Journal of Rural and Urban Community Empowerment*, 5(2), hal. 181–189.
- Turangan, J.A. (2022) “PENDAMPINGAN PEMBUKUAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM KULINER KELURAHAN KWITANG SENEN,” *PROSIDING SERINA*, 2(1), hal. 1679–1686. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.19960>.
- Ulfa, M. (2018) “Persepsi Masyarakat Nelayan dalam Menghadapi Perubahan Iklim (Ditinjau dalam Aspek Sosial Ekonomi,” *Jurnal Pendidikan Geografi: Kajian, Teori, dan Praktik dalam Bidang Pendidikan dan Ilmu Geografi*, 23(1), hal. 41–49. Tersedia pada: <https://doi.org/10.17977/um017v23i12018p041>.
- Wijayanti, N. dan Hidayat, H.H. (2020) “Business Model Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah,” *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2), hal. 114–121. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jah.v6i2.2631>.
- Yaqin, M.A. dan Sholehah, S. (2025) “HAYBRID MARKETING: KOMBINASI PEMASARAN DIGITAL DAN OFFLINE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI UUS HIJAB,” *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(8), hal. 1857–1866.