



Peran Perempuan dalam Ekonomi Kreatif: Tantangan dan Peluang di Tengah Masalah Finansial Keluarga

Studi Kasus: Nagari Sungai Tunu Barat, Pesisir Selatan, 2024-2025

**Revi Handayani*, Riska Mayeni, Risma Wiwita, Bhaik Pratama,
Vivin Maidani, Wahyu Ningsih**

STKIP Pesisir Selatan, Sumatera Barat, Indonesia

Article history

Received: 25-09-2025

Revised: 25-10-2025

Accepted: 27-11-2025

**Corresponding Author:*

Revi Handayani, STKIP
Pesisir Selatan, Sumatera
Barat, Indonesia

Email:

revihandayani09@gmail.com

Abstract: This community service program is motivated by the low economic value added and limited marketing of products among groups of women fish vendors in Kanagarian Sungai Tunu Barat, Ranah Pesisir District, Pesisir Selatan Regency. The program aims to improve the partners' knowledge and skills in processing marine products into frozen food, implementing digital marketing, and conducting simple financial record-keeping as an effort to strengthen creative economy activities based on micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The program was implemented under the Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) grant scheme of Kemendiknasaintek 2025 over the period of July–December 2025 with three site visits, using methods of socialization, training, mentoring, discussion, as well as monitoring and evaluation. Data were collected through observation, interviews, pre–post questionnaires, practical assessment sheets, and documentation, and were analyzed descriptively using qualitative and simple quantitative approaches. The results show an increase in participants' knowledge regarding marine product processing and digital marketing; more than 70% of participants were able to produce fish and shrimp meatballs and nuggets according to the procedures, and approximately 80% of participants began to utilize social media to promote their products. The implementation of financial record-keeping enabled partners to start separating capital from profit, while those who actively produced and marketed processed products experienced an increase in daily income of around 30–40%. It is concluded that this integrated mentoring model is effective in enhancing the capacity of women fish vendors and has the potential to be replicated in other coastal communities with appropriate local contextualization.

Keywords: community service, women itinerant fish vendors, fish-based products, MSMEs, Kanagarian Sungai Tunu Barat

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh rendahnya nilai tambah ekonomi dan keterbatasan pemasaran pada kelompok perempuan penjual ikan keliling di Kanagarian Sungai Tunu Barat, Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengolahan hasil laut menjadi produk frozen food, pemasaran digital, serta pencatatan keuangan sederhana sebagai upaya penguatan ekonomi kreatif berbasis UMKM. Program dilaksanakan melalui skema Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) Hibah Kemendiknasaintek tahun 2025 selama Juli–Desember 2025 dengan tiga kali kunjungan, menggunakan metode sosialisasi, pelatihan, pendampingan, diskusi, serta monitoring dan evaluasi. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner pre–post, lembar penilaian praktik, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta tentang pengolahan hasil laut dan pemasaran digital; lebih dari 70% peserta mampu memproduksi bakso dan nugget ikan/udang sesuai prosedur, dan sekitar 80% peserta mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi produk. Penerapan pencatatan keuangan memungkinkan mitra mulai memisahkan modal dan laba, sementara pada

anggota yang aktif memproduksi dan memasarkan produk olahan terjadi peningkatan pendapatan harian sekitar 30–40%. Disimpulkan bahwa model pendampingan terintegrasi ini efektif meningkatkan kapasitas perempuan penjual ikan keliling dan berpotensi direplikasi pada komunitas pesisir lain dengan penyesuaian konteks lokal.

Kata Kunci : pengabdian masyarakat, perempuan penjual ikan keliling, olahan ikan, UMKM, Kanagarian Sungai Tunu Barat

LATAR BELAKANG

Berdasarkan Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) tahun 2016, Desa/Kanagarian Sungai Tunu Barat di Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat, merupakan salah satu nagari pesisir yang dikenal dengan julukan “Desa Sejuta Pesona” karena potensi sumber daya laut dan panorama pesisirnya. Kabupaten Pesisir Selatan sendiri memiliki luas wilayah sekitar 6.046–6.049 km² dan pada akhir tahun 2024 dihuni lebih dari 530 ribu jiwa, dengan ibu kota kabupaten berada di Painan, Kecamatan IV Jurai. Wilayah ini terdiri atas 15 kecamatan dan 182 nagari dengan garis pantai yang panjang dan karakteristik masyarakat pesisir yang kuat, di mana mata pencaharian utama penduduk banyak bertumpu pada sektor perikanan tangkap dan usaha terkait hasil laut. Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa intervensi yang terarah pada perempuan pesisir dapat menjadi strategi efektif dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis sumber daya laut (Kementerian Dalam Negeri, 2021)

Di tengah konfigurasi sosial ekonomi tersebut, kelompok ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Nagari Sungai Tunu Barat menjadi salah satu aktor ekonomi penting pada level rumah tangga. Kelompok ini beranggotakan sekitar 25 orang perempuan yang sehari-hari menjajakan ikan segar secara keliling dari rumah ke rumah maupun di pasar sekitar. Pola usaha yang dijalankan masih sangat bergantung pada penjualan ikan dalam bentuk mentah dan harus habis terjual dalam waktu singkat. Ketika pasokan ikan melimpah atau daya beli konsumen menurun, sebagian ikan tidak laku dan berpotensi membusuk sehingga menimbulkan kerugian finansial bagi pedagang sekaligus menjadi limbah pangan yang merugikan lingkungan. Kondisi ini sejalan dengan gambaran umum rumah tangga pesisir di Indonesia, di mana perempuan memegang peran sentral dalam rantai nilai perikanan—mulai dari pengolahan, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan rumah tangga—namun seringkali berada pada posisi rentan karena keterbatasan akses modal, teknologi, dan pelatihan usaha. Sejumlah studi menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan pesisir melalui pelatihan pengolahan hasil perikanan, bantuan permodalan, penguatan peralatan produksi, dan pendampingan pemasaran mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas peluang usaha, dan memperkuat ketahanan ekonomi keluarga nelayan (Ijswari et al., 2019).

Analisis situasi di Nagari Sungai Tunu Barat menunjukkan bahwa mitra belum secara optimal memanfaatkan potensi hasil laut sebagai bahan baku produk olahan bernilai tambah. Ikan dan udang yang tidak habis terjual seharusnya dapat diolah menjadi produk olahan tahan lama, seperti kerupuk ikan, bakso ikan, atau ikan kering. Namun, hingga sebelum program pengabdian dijalankan, proses pengolahan tersebut belum dilakukan secara rutin dan terstandar. Belum ada resep baku, prosedur produksi yang terdokumentasi, maupun pengendalian mutu yang sistematis, sehingga peluang peningkatan nilai jual dan diversifikasi produk belum dimanfaatkan secara maksimal. Permasalahan lain yang cukup krusial adalah lemahnya

manajemen usaha dan pengelolaan keuangan. Pendapatan ibu-ibu penjual ikan keliling cenderung tidak menentu, bergantung pada hasil tangkapan dan kondisi pasar harian. Sebagian besar anggota belum melakukan pencatatan keuangan sederhana; penghasilan yang diperoleh pada hari yang sama umumnya langsung habis untuk kebutuhan harian, sehingga sulit membedakan antara modal, biaya operasional, dan keuntungan. Kondisi ini membuat mitra tidak memiliki gambaran yang jelas mengenai kinerja usahanya dan sulit merencanakan pengembangan usaha, tabungan, maupun investasi peralatan produksi. Padahal, berbagai kajian pemberdayaan ekonomi keluarga nelayan menegaskan bahwa penguatan literasi keuangan dan pencatatan usaha menjadi prasyarat penting bagi peningkatan kesejahteraan dan keberlanjutan usaha mikro di sektor perikanan (Dewi et al., 2025).

Di era ekonomi digital, tantangan mitra juga berkaitan dengan rendahnya kapasitas pemasaran digital dan branding produk. Hasil pemetaan awal menunjukkan bahwa sebagian besar anggota sebenarnya telah memiliki perangkat digital seperti telepon pintar, namun penggunaannya masih terbatas untuk komunikasi dasar dan belum diarahkan pada kegiatan promosi usaha secara sistematis. Mitra belum memiliki akun bisnis yang dikelola secara konsisten di media sosial maupun marketplace, belum memahami strategi pembuatan konten promosi yang menarik, dan belum mengenal fitur-fitur e-commerce yang dapat memperluas jangkauan pasar. Situasi ini sejalan dengan temuan banyak program pengabdian dan penelitian tentang UMKM perikanan dan pangan olahan, yang menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro masih didominasi pola pemasaran konvensional dan belum optimal memanfaatkan digital marketing, padahal pendampingan digital marketing terbukti meningkatkan pengetahuan, keterampilan promosi, serta daya saing produk perikanan di berbagai daerah. Selain aspek produksi dan pemasaran, kelembagaan usaha juga menjadi tantangan tersendiri (Herawati et al., 2020). Hingga saat ini, kelompok penjual ikan keliling di Sungai Tunu Barat masih beroperasi dalam skala rumah tangga dan dikelola secara pribadi, tanpa adanya paguyuban atau kelembagaan ekonomi yang kuat yang dapat memayungi permasalahan bersama, memperkuat posisi tawar, serta memfasilitasi akses terhadap perizinan, pembiayaan, dan jaringan pasar yang lebih luas. Peralatan produksi yang digunakan masih sangat sederhana dan manual, belum tersedia sarana pendukung seperti freezer atau alat pengawet yang memadai untuk memperpanjang umur simpan ikan segar maupun produk olahan. Akibatnya, ikan yang dijual harus segera habis pada hari yang sama, dan risiko kerugian akibat ikan tidak laku tetap tinggi.

Menanggapi kompleksitas permasalahan tersebut, tim pengabdian masyarakat pemula (PMP) dari STKIP Pesisir Selatan merancang program pendampingan yang terintegrasi, meliputi penguatan keterampilan produksi, pemasaran digital, dan manajemen usaha. Pada aspek produksi, tim melakukan pelatihan pengolahan hasil laut menjadi produk frozen (beku) yang memiliki nilai tambah, seperti bakso ikan, bakso udang, nugget ikan, dan nugget udang. Kegiatan ini dirancang untuk memanfaatkan kelebihan hasil tangkapan yang sebelumnya berpotensi menjadi limbah, sekaligus menghasilkan produk yang lebih tahan lama dan memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan penjualan ikan mentah. Pendekatan serupa telah banyak diadopsi dalam program pemberdayaan perempuan pesisir di daerah lain dan terbukti efektif menciptakan nilai tambah serta peluang usaha baru. (Pengabdian et al., 2024)

Pada aspek kelembagaan dan keberlanjutan usaha, tim pengabdian mendampingi mitra dalam pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), pembuatan logo usaha, perancangan label

kemasan, serta proses awal pengurusan sertifikat halal dan izin edar yang relevan. Selain itu, tim membantu pembuatan akun e-commerce dan akun bisnis media sosial untuk memasarkan produk olahan yang dihasilkan. Pendekatan ini sejalan dengan berbagai praktik baik penguatan UMKM perikanan melalui e-commerce dan pemasaran digital, yang menunjukkan bahwa dukungan pada aspek legalitas, branding, dan digital marketing mampu memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saing produk olahan perikanan. Program ini sekaligus menjadi wujud komitmen STKIP Pesisir Selatan dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi, khususnya pengabdian kepada masyarakat yang terintegrasi dengan kegiatan pembelajaran dan riset di lingkungan kampus (Ijswari et al., 2019).

Berdasarkan analisis situasi dan rancangan solusi tersebut, tujuan program pengabdian masyarakat ini dirumuskan sebagai berikut. Secara umum, program ini bertujuan untuk memberdayakan kelompok ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Nagari Sungai Tunu Barat agar mampu mengembangkan usaha olahan hasil laut yang berkelanjutan dan berdaya saing melalui penguatan keterampilan produksi, pemasaran digital, dan manajemen keuangan. Secara khusus, tujuan program disusun secara operasional, yaitu: (1) meningkatkan keterampilan minimal 25 anggota mitra dalam mengolah ikan dan udang menjadi produk frozen siap jual yang memenuhi prinsip higienitas dan keamanan pangan; (2) meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk promosi dan penjualan produk, yang ditunjukkan dengan terbentuknya akun bisnis aktif dan peningkatan frekuensi unggahan promosi selama masa pendampingan; serta (3) meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana, yang diukur melalui tersusunnya buku kas usaha yang memuat catatan modal, biaya, dan pendapatan secara rutin. Dengan tujuan yang terukur ini, diharapkan program pengabdian mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan finansial keluarga nelayan di Nagari Sungai Tunu Barat.

METODE

Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kanagarian Sungai Tunu Barat, Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan. Rangkaian program berlangsung selama enam bulan, mulai Juli sampai dengan Desember 2025. Sesi pelatihan utama dilaksanakan pada Selasa, 22 Juli 2025, pukul 09.00–16.00 WIB, yang kemudian dilanjutkan dengan dua kali kunjungan lanjutan ke lokasi mitra untuk pendampingan, monitoring, dan evaluasi, sehingga secara keseluruhan terdapat tiga kali kunjungan ke lokasi mitra selama periode kegiatan.

Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini berupa bahan baku hasil laut, yaitu ikan dan udang, yang diolah menjadi beberapa jenis produk frozen seafood, meliputi bakso ikan, nugget ikan, bakso udang, dan nugget udang. Alat yang digunakan untuk mendukung proses produksi antara lain: alat penggilingan ikan, freezer (untuk penyimpanan produk beku), alat perekat plastik (sealer), serta peralatan dapur pendukung lain yang diperlukan dalam proses pengolahan dan pengemasan produk olahan.

Objek, Sasaran, dan Mitra

Objek atau sasaran kegiatan adalah ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Kanagarian Sungai Tunu Barat, Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan. Kelompok mitra ini terdiri dari sekitar 25 orang yang sehari-hari menjual ikan secara keliling di lingkungan nagari dan pasar sekitar.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan selama bulan Juli–Desember 2025 dengan tiga kali kunjungan ke lokasi mitra. Secara umum, gambaran kegiatan setiap kunjungan adalah sebagai berikut:

1. Pembukaan, berisi pengenalan program, tujuan, dan penjelasan singkat alur kegiatan kepada mitra.
2. Kegiatan inti, meliputi penyajian materi, diskusi dan tanya jawab, serta pendampingan praktik kepada ibu-ibu penjual ikan keliling. Pada tahap ini dilakukan sosialisasi dan peningkatan kompetensi, pelaksanaan praktik pengolahan hasil laut, penguatan pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi awal.
3. Penutup, berupa refleksi singkat, umpan balik dari peserta, dan penyampaian rencana tindak lanjut.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan survei lapangan yang bertujuan mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra di lokasi, terutama terkait pola penjualan ikan, pemanfaatan hasil laut, sarana prasarana produksi, serta kapasitas pemasaran dan pengelolaan usaha. Hasil survei digunakan sebagai dasar penyusunan materi dan bentuk pendampingan yang relevan bagi kelompok sasaran. Setelah survei, tim melaksanakan sosialisasi mengenai pengolahan hasil laut (ikan dan udang), tren konsumsi produk olahan ikan yang digemari berbagai kalangan, serta potensi produk frozen seafood sebagai alternatif penjualan ikan mentah. Kegiatan dilanjutkan dengan persiapan bahan-bahan dan alat yang akan digunakan, kemudian praktik pembuatan olahan hasil laut yang dirangkaikan dengan pembimbingan langsung oleh tim pengabdian dari STKIP Pesisir Selatan.

Langkah operasional kegiatan secara garis besar mencakup:

1. Sosialisasi dan penyuluhan, untuk memperkenalkan dan menjelaskan program kepada ketua mitra, jajaran pengurus, dan anggota kelompok sasaran di Kanagarian Sungai Tunu Barat. Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi, disertai penyampaian materi pelatihan mengenai jenis olahan ikan dan udang, bahan-bahan yang digunakan, aspek higienitas dan keamanan pangan, serta penekanan bahwa produk dibuat tanpa bahan pengawet.
2. Pelatihan dan praktik pengolahan, di mana peserta dilatih secara langsung mengolah hasil laut menjadi bakso ikan, bakso udang, nugget ikan, dan nugget udang, mulai dari proses persiapan bahan, penggilingan, pembentukan, pemasakan, hingga pengemasan dan penyimpanan beku.
3. Pendampingan pemasaran dan pengelolaan usaha, yang mencakup pengenalan dasar pemasaran digital, pembuatan akun media sosial/akun usaha sederhana, pengenalan

prinsip dasar desain kemasan dan label produk, serta pengenalan pencatatan keuangan sederhana.

4. Monitoring dan evaluasi, yang dilakukan melalui kunjungan lanjutan untuk melihat penerapan keterampilan oleh mitra, mengidentifikasi kendala, dan memberikan penguatan materi sesuai kebutuhan.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari berbagai sumber dianalisis dengan menggabungkan pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif sederhana.

- a. Analisis Data Kualitatif Data kualitatif yang berasal dari wawancara, observasi, dan catatan lapangan dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan:
 - a. reduksi data, yaitu memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah sesuai fokus penelitian;
 - b. penyajian data dalam bentuk narasi, tabel ringkas, atau matriks yang memudahkan penarikan makna; dan
 - c. penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan secara berulang untuk memastikan konsistensi temuan.

Analisis Data Kuantitatif Deskriptif

Data kuantitatif yang bersumber dari hasil kuesioner pre-test dan post-test, serta lembar penilaian praktik, dianalisis dengan statistik deskriptif (misalnya rata-rata skor, persentase, dan selisih skor). Peningkatan pengetahuan diukur dari perbandingan skor rata-rata pre-test dan post-test peserta. Peningkatan keterampilan diukur dari perubahan kategori penilaian praktik (misalnya dari “belum terampil” menjadi “cukup terampil” atau “terampil”) serta jumlah peserta yang mampu menyelesaikan tahapan pengolahan sesuai standar prosedur. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk menyimpulkan efektivitas kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan kapasitas mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Kanagarian Sungai Tunu Barat dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu: (1) sosialisasi dan peningkatan kompetensi; (2) pelatihan dan praktik pembuatan olahan ikan dan udang menjadi produk frozen seafood; serta (3) monitoring dan evaluasi perkembangan usaha mitra. Seluruh rangkaian kegiatan diikuti oleh sekitar 25 orang ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling sebagai peserta utama.

Pada tahap sosialisasi dan peningkatan kompetensi, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa setelah pemaparan materi dan diskusi, seluruh peserta memahami tujuan program, alur kegiatan, serta target luaran yang ingin dicapai. Pre-test dan post-test pengetahuan dasar mengenai pengolahan hasil laut dan pemasaran digital menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata, yang mengindikasikan bahwa peserta memperoleh pengetahuan baru terkait konsep produk olahan ikan, prinsip higienitas, dan peluang pemasaran melalui media digital. Sebagian besar peserta juga menyatakan komitmen untuk mulai mencoba mengolah hasil

tangkapan menjadi produk olahan, tidak hanya menjual ikan mentah.

Pada tahap pelatihan dan praktik pembuatan olahan ikan dan udang, hasil lembar penilaian praktik menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu mengikuti tahapan produksi bakso ikan, bakso udang, nugget ikan, dan nugget udang sesuai prosedur yang didemonstrasikan. Sekitar 70–80% peserta dinilai telah “cukup terampil” hingga “terampil” dalam menyiapkan bahan, mengoperasikan alat penggiling, membentuk adonan, melakukan proses pemasakan, serta mengemas produk untuk disimpan dalam freezer. Produk yang dihasilkan memiliki bentuk yang relatif seragam, tekstur yang lebih baik dibandingkan percobaan awal, dan cita rasa yang dapat diterima oleh konsumen lokal. Gambar 1 dan Gambar 2 mendokumentasikan kegiatan penyampaian materi dan praktik pengolahan bersama tim ahli.

Dari sisi pemasaran digital, hasil kuesioner dan wawancara pascapelatihan menunjukkan bahwa sekitar 80% peserta mampu menggunakan telepon pintar mereka untuk membuat dan mengunggah konten promosi sederhana (foto produk, keterangan singkat, dan harga) melalui WhatsApp, Facebook, atau Instagram. Sebagian mitra telah memiliki akun usaha atau grup pemasaran di WhatsApp yang mulai dimanfaatkan sebagai saluran pemesanan. Meskipun intensitas unggahan dan variasi konten masih terbatas, perubahan ini menunjukkan pergeseran dari pola pemasaran yang semula hanya mengandalkan penjualan keliling secara langsung.

Pada aspek manajemen keuangan, sebelum program sebagian besar mitra tidak melakukan pencatatan transaksi sehingga sulit membedakan modal, biaya operasional, dan keuntungan. Setelah pengenalan buku kas sederhana dan aplikasi pencatatan keuangan (misalnya Buku Warung), sekitar separuh peserta mulai melakukan pencatatan harian, minimal atas pembelian bahan baku dan penjualan produk olahan. Data pendapatan yang digunakan dalam pembahasan di bawah diperoleh melalui kombinasi telaah buku kas sederhana dan wawancara terstruktur terhadap mitra inti selama periode tertentu, sebagaimana dijelaskan dalam bagian Metode Pengumpulan Data.

Hasil telaah buku kas dan wawancara menunjukkan adanya kenaikan rata-rata pendapatan harian. Sebelum program, pendapatan penjualan harian penjual ikan keliling umumnya berkisar sekitar Rp150.000–Rp200.000, terutama dari penjualan ikan mentah. Setelah penerapan diversifikasi produk olahan, pengemasan lebih baik, dan pemanfaatan saluran pemesanan online, rata-rata pendapatan harian meningkat menjadi sekitar Rp250.000–Rp350.000. Dengan demikian, secara deskriptif terjadi kenaikan pendapatan sekitar 30–40% pada mitra yang secara konsisten memproduksi dan memasarkan produk olahan frozen seafood.

Tahap monitoring dan evaluasi juga menghasilkan beberapa capaian kelembagaan. Kelompok mitra berhasil memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB), logo usaha, dan desain label kemasan sederhana yang dapat digunakan pada produk olahan. Penyerahan NIB, logo, dan label kemasan kepada ketua kelompok (Gambar 3) menandai penguatan aspek legalitas dan identitas usaha yang sebelumnya belum dimiliki. Di sisi lain, monitoring juga mengungkap bahwa belum semua anggota kelompok memiliki intensitas produksi dan pemasaran yang sama, sehingga masih diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan program.

Kegiatan 1 : sosialisasi dan peningkatan kompetensi;

Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi program pengabdian kepada masyarakat kepada kelompok ibu-ibu penjual ikan keliling di Kanagarian Sungai Tunu Barat. Tim menyampaikan

tujuan, tahapan kegiatan, serta target luaran yang ingin dicapai, kemudian dilanjutkan dengan peningkatan kompetensi melalui pemaparan materi tentang pengolahan hasil laut menjadi produk frozen seafood, dasar-dasar higienitas dan keamanan pangan, pengenalan peluang pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan usaha sederhana. Sosialisasi dan pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab, sehingga peserta memahami konteks program dan termotivasi untuk mengikuti tahapan berikutnya.



Gambar 1. Pemberian materi oleh Ketua Tim dan ketua LPPM

Kegiatan 2. Pelaksanaan Pembuatan Olahan Ikan dan Udang Menjadi Frozen Seafood

Pada kegiatan ini, warga masyarakat Kanagarian Sungai Tunu Barat melakukan praktik pembuatan olahan ikan dan udang menjadi berbagai produk frozen seafood, seperti bakso ikan, nugget ikan, bakso udang, dan nugget udang. Kelompok ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Sungai Tunu menunjukkan keterampilan dalam memproduksi berbagai produk olahan ikan berupa jajanan pasar dan frozen food (bakso ikan, kerupuk ikan, dan aneka olahan lainnya) yang sehat dan higienis, serta memiliki potensi untuk dikembangkan pemasarannya dengan lebih baik (Gambar 2).



Gambar 2. Pemberian pelatihan oleh Tim ahli

Kegiatan 3. Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan usaha kelompok ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Sungai Tunu Barat, khususnya terkait produksi dan pemasaran produk olahan ikan yang sehat dan bergizi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pada tahap ini, tim melakukan pemantauan terhadap keberlanjutan produksi, kualitas produk, serta pemanfaatan pemasaran yang telah diperkenalkan. Selain itu, tim juga melaksanakan serah terima kepada ketua mitra berupa

Nomor Induk Berusaha (NIB), logo usaha, dan desain label kemasan agar produk yang dihasilkan memiliki identitas yang jelas dan dapat dipasarkan secara lebih luas.



Gambar 3. Serah terima NIB, Logo, Label Kemasan kepada ketua mitra STB, ibu-ibu Penjual ikan keliling di Kanagarian Sungai Tunu Barat, Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan.

PEMBAHASAN

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan terpadu yang memadukan sosialisasi, praktik langsung, dan pendampingan memiliki kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas mitra. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknis dalam pengolahan hasil laut dapat dipahami sebagai konsekuensi dari pembelajaran yang kontekstual: materi dan praktik dirancang dekat dengan aktivitas harian peserta (mengolah ikan dan udang yang sebelumnya hanya dijual mentah), sehingga motivasi belajar tinggi dan transfer keterampilan berjalan lebih efektif. Hal ini sejalan dengan pandangan berbagai kajian pemberdayaan masyarakat pesisir yang menekankan pentingnya pelatihan berbasis kebutuhan (*need-based training*) dan pemanfaatan sumber daya lokal untuk menciptakan nilai tambah ekonomi bagi rumah tangga nelayan.

Kemampuan mitra memproduksi bakso dan nugget ikan/udang yang lebih beragam dari sisi bentuk dan tekstur menunjukkan bahwa standar prosedur produksi yang diperkenalkan dapat diadaptasi dengan baik dalam konteks usaha rumah tangga. Diversifikasi produk olahan ini tidak hanya mengurangi risiko kerugian akibat ikan tidak laku terjual, tetapi juga memperpanjang umur simpan bahan baku melalui bentuk produk frozen yang lebih tahan lama. Berbagai penelitian pengembangan produk olahan perikanan menunjukkan bahwa diversifikasi produk dan peningkatan mutu olahan berkontribusi pada peningkatan nilai jual serta membuka akses ke segmen pasar baru, misalnya pasar jajanan beku dan konsumen rumah tangga yang membutuhkan produk praktis siap masak. Dengan demikian, temuan di Sungai Tunu Barat konsisten dengan temuan-temuan tersebut dan memperkuat argumen bahwa diversifikasi olahan merupakan strategi kunci dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis perikanan.

Pergeseran pola pemasaran dari semata-mata penjualan keliling ke pemanfaatan media sosial dan pemesanan online dapat dijelaskan oleh dua faktor utama. Pertama, sebagian besar mitra telah memiliki telepon pintar dan akses internet, namun sebelumnya belum memiliki

pengetahuan bagaimana menggunakannya untuk kepentingan usaha. Pelatihan yang bersifat praktis—langsung memotret produk dan menyusun teks promosi singkat—memungkinkan peserta melihat manfaat konkret pemasaran digital dalam waktu singkat. Kedua, jaringan sosial yang sudah ada (tetangga, kerabat, pelanggan tetap) menjadi basis awal terbentuknya pasar online melalui grup WhatsApp atau akun media sosial. Temuan bahwa sekitar 80% peserta mampu menggunakan media sosial untuk promosi pascapelatihan selaras dengan berbagai studi UMKM yang menunjukkan bahwa intervensi sederhana di bidang literasi digital dapat meningkatkan keterpaparan pelaku usaha terhadap pasar yang lebih luas dan memperkuat komunikasi dengan konsumen.

Kenaikan pendapatan harian sekitar 30–40% pada mitra yang aktif menerapkan inovasi produk dan pemasaran digital mengindikasikan bahwa kombinasi diversifikasi produk, perbaikan pengemasan, dan perluasan saluran pemasaran menghasilkan dampak ekonomi yang signifikan. Meskipun data yang digunakan bersifat deskriptif dan berbasis sampel mitra inti, pola kenaikan ini konsisten dengan laporan subyektif peserta yang menyatakan bahwa permintaan terhadap produk olahan frozen cenderung stabil dan bahkan meningkat pada hari-hari tertentu. Namun demikian, penting ditekankan bahwa peningkatan ini belum merata: anggota yang belum rutin memproduksi atau belum konsisten memanfaatkan media sosial tidak mengalami kenaikan pendapatan yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan program sangat dipengaruhi oleh tingkat adopsi inovasi di tingkat individu dan dukungan internal kelompok untuk saling menguatkan.

Dari sudut pandang manajemen keuangan, pengenalan buku kas sederhana dan aplikasi pencatatan keuangan memfasilitasi mitra untuk mulai memisahkan antara modal, biaya operasional, dan laba. Walaupun praktik pencatatan belum sepenuhnya konsisten, perubahan menuju kultur usaha yang lebih tertib administrasi merupakan langkah awal penting. Berbagai kajian tentang UMKM menunjukkan bahwa literasi keuangan dan disiplin pencatatan merupakan faktor penentu kemampuan pelaku usaha dalam merencanakan pengembangan usaha, mengakses pembiayaan, dan bertahan dalam jangka panjang. Temuan di Sungai Tunu Barat mendukung pandangan tersebut: mitra yang rajin mencatat transaksi cenderung lebih mudah menjelaskan struktur biaya dan memiliki rencana lebih jelas terkait pengembangan usaha.

Dari sisi partisipasi dan keberlanjutan, tingginya kehadiran peserta dalam setiap sesi, aktifnya diskusi, serta inisiatif pembentukan grup WhatsApp pemasaran bersama menunjukkan bahwa program ini diterima dengan baik dan dipandang relevan dengan kebutuhan mereka. Faktor pendukung utama keberhasilan program antara lain kesediaan mitra meluangkan waktu, dukungan tokoh lokal, serta pendampingan intensif dari tim pengabdian dalam bentuk kunjungan lanjutan. Di sisi lain, masih terdapat beberapa hambatan, seperti keterbatasan waktu bagi sebagian anggota yang memiliki tanggung jawab domestik berat, keterbatasan kuota internet, dan perbedaan tingkat literasi digital antar anggota kelompok. Hambatan-hambatan ini perlu diperhatikan dalam desain program lanjutan, misalnya melalui penjadwalan yang lebih fleksibel, penyiapan materi yang dapat diakses luring, atau penunjukan “champion” digital di antara anggota yang lebih mahir untuk membantu anggota lain.

Secara keseluruhan, hasil program ini mengindikasikan bahwa model pendampingan yang mengintegrasikan peningkatan keterampilan produksi, penguatan pemasaran digital, dan

pengenalan manajemen keuangan sederhana efektif untuk meningkatkan kapasitas kelompok perempuan penjual ikan keliling di kawasan pesisir. Implikasi praktisnya, pendekatan serupa dapat direplikasi pada komunitas pesisir lain dengan penyesuaian konteks lokal, sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan pemberdayaan perempuan dan penguatan UMKM perikanan di tingkat daerah. Untuk tahap berikutnya, diperlukan kolaborasi lebih erat dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan mikro, dan pelaku pasar yang lebih luas agar usaha olahan frozen seafood yang telah dirintis mitra dapat naik kelas dan berkontribusi secara lebih signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga nelayan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada kelompok perempuan penjual ikan keliling di Kanagarian Sungai Tunu Barat telah berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam beberapa aspek penting, yaitu keterampilan pengolahan hasil perikanan, pemanfaatan pemasaran digital, serta pengelolaan usaha sederhana. Melalui pelatihan yang diberikan, mitra mampu mengolah ikan dan udang menjadi berbagai produk olahan, seperti nugget dan bakso, dengan cita rasa dan tampilan yang lebih menarik sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Di sisi lain, pemanfaatan media sosial dan platform penjualan daring mulai menggantikan pola pemasaran tradisional yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan keliling dari rumah ke rumah, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas. Penerapan pencatatan keuangan sederhana juga mulai dilakukan, sehingga mitra dapat membedakan antara modal, biaya operasional, dan keuntungan, yang pada gilirannya mendukung pengambilan keputusan usaha secara lebih terukur.

Secara umum, program pengabdian ini menunjukkan bahwa pendampingan yang terarah pada peningkatan keterampilan teknis, penguatan literasi pemasaran digital, dan pembenahan manajemen usaha dapat menjadi strategi efektif untuk memberdayakan perempuan pesisir, khususnya kelompok penjual ikan keliling, agar lebih mandiri dan berdaya saing di era ekonomi kreatif. Meskipun demikian, keberlanjutan hasil kegiatan masih memerlukan dukungan lanjutan, baik dari sisi pendampingan, kebijakan, maupun jejaring pemasaran, agar usaha olahan ikan yang dikelola mitra dapat berkembang secara konsisten dan berkontribusi lebih besar terhadap kesejahteraan keluarga serta perekonomian lokal.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar mitra menjaga konsistensi dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang telah diperkenalkan, khususnya melalui pemanfaatan media sosial dan akun penjualan daring yang sudah dibuat, serta secara berkala memperbarui konten promosi agar tetap menarik dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Mitra juga perlu terus melakukan inovasi produk olahan ikan dan udang, baik dari sisi variasi bentuk dan rasa maupun desain serta ukuran kemasan, dan mempertahankan pencatatan keuangan sederhana secara tertib agar arus kas usaha dapat dipantau dengan jelas dan digunakan sebagai dasar pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Bagi perguruan tinggi, khususnya STKIP Pesisir Selatan, disarankan untuk merancang program pendampingan lanjutan yang terstruktur dalam bentuk kegiatan pembinaan berkala yang berfokus pada penguatan manajemen usaha, standardisasi mutu produk, dan pengemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Hasil kegiatan pengabdian ini juga perlu diintegrasikan ke dalam proses pembelajaran dan penelitian, sehingga dosen dan mahasiswa dapat

mengembangkan model pemberdayaan perempuan pesisir berbasis UMKM dan ekonomi kreatif yang dapat direplikasi pada komunitas lain. Sementara itu, pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan melalui fasilitasi pelatihan lanjutan kewirausahaan dan pemasaran digital, kemudahan akses perizinan usaha dan sertifikasi yang relevan (misalnya izin edar dan sertifikasi halal), serta perluasan jejaring pemasaran melalui bazar, pasar rakyat, dan kegiatan resmi daerah. Dukungan kebijakan dan akses permodalan melalui kemitraan dengan BUMDes, koperasi, atau lembaga keuangan mikro juga penting untuk membantu mitra meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat daya saing produk, dan memastikan keberlanjutan usaha secara jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ketua Mitra di Kanagarian Sungai Tunu Barat, Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan, beserta jajarannya yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama pelaksanaan kegiatan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Program Hibah yang disponsori oleh Kemendikisaintek tahun 2025, serta kepada semua pihak yang telah membantu sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, S., Kaunang, E., Santoso, I., Santoso, G., & Yustio, D. (2025). Peran perempuan dalam pemanfaatan limbah perikanan sebagai sumber ekonomi alternatif bagi nelayan dan pembudidaya ikan. *JELAWAT: Jurnal Ekonomi Laut dan Air Tawar*, 1(1), 53–62.
- Herawati, V. E., Saraswati, L. D., & Juniarto, A. Z. (2020). Penguatan komoditi unggulan masyarakat melalui. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(4), 4–9.
- Ijswari, D. P., Santoso, D., & Radiah, E. (2019). Pemberdayaan perempuan pesisir dalam pengolahan provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(1), 51–60.
- Kementerian Dalam Negeri. (2021). Visualisasi data kependudukan [Visual]. Diarsipkan 5 Juli 2022. Diakses 2 April 2025, dari <https://www.dukcapil.kemendagri.go.id>
- Pengabdian, J., Mulia, D. S., Wibowo, H., & Eka, K. I. (2024). Pendampingan digital marketing produk perikanan untuk meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah. *Jurnal Pengabdian dan Teknologi*, 4(2), 9–15. <https://doi.org/10.30595/jpts.v4i2.22051>