

Pelatihan Olahan Hasil Perikanan dan Pemasaran Digital sebagai Strategi Peningkatan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Pesisir Kelurahan Klandasan Ulu

Gevbry Ranti Ramadhani Simamora¹, Firilia Filiana, Barokatun Hasanah¹, Mirza Gulam Ahmad²

¹Institut Teknologi Kalimantan

²Universitas Brawijaya

(gevbry.ranti@lecturer.itk.ac.id)

ABSTRAK

Wilayah pesisir Kota Balikpapan memiliki potensi sumber daya perikanan yang besar, namun pemanfaatannya oleh masyarakat nelayan masih terbatas pada penjualan ikan segar dan pengolahan sederhana sehingga nilai tambah produk belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia serta membuka peluang ekonomi baru melalui pengembangan produk olahan ikan bernilai tambah. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tahapan persiapan, pra-pelatihan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Klandasan Ulu RT 003 Kota Balikpapan melalui pelatihan pengolahan ikan, pengemasan produk, dan pengenalan strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan menggunakan pra-test dan post-test untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengolah ikan menjadi produk rice box sambal ikan dan nugget ikan sebagai produk frozen food, serta peningkatan pemahaman mengenai pengemasan dan pemasaran berbasis digital. Produk yang dihasilkan dinilai memiliki potensi ekonomi dan peluang pasar yang baik. Kesimpulannya, program pengabdian ini efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat pesisir dan mendorong terciptanya peluang ekonomi baru berbasis produk olahan perikanan yang berkelanjutan.

Kata kunci : masyarakat pesisir, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat, pengolahan ikan, produk bernilai tambah

ABSTRACT

Coastal areas of Balikpapan City possess abundant fisheries resources; however, their utilization by fishing communities remains largely limited to the sale of fresh fish and simple processing, resulting in low value addition. This community service program aimed to enhance human resource capacity and create new economic opportunities through the development of value-added fish-based products. A descriptive qualitative approach was employed, encompassing preparation, pre-training, training, mentoring, and evaluation stages. The program was conducted in Klandasan Ulu Subdistrict, RT 003, Balikpapan City, through hands-on training in fish processing, product packaging, and the introduction of digital marketing strategies. Evaluation was carried out using pre-test and post-test instruments to assess improvements in participants' knowledge and skills. The results indicated a significant increase in participants' ability to process fish into value-added products, namely rice boxes with fish sambal and fish nuggets as frozen food products, as well as improved understanding of attractive packaging and online-based marketing. The developed products demonstrated promising economic potential and market opportunities. In conclusion, this community service program effectively strengthened the capacity of coastal communities and promoted the creation of sustainable, fisheries-based economic opportunities.

Keywords : coastal communities, community empowerment, digital marketing, fish processing, value-added products

1. PENDAHULUAN

Wilayah pesisir Kota Balikpapan memiliki potensi sumber daya perikanan yang berperan penting dalam menopang perekonomian masyarakat nelayan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Balikpapan tahun 2021, produksi perikanan laut mencapai 1.026,19 ton dengan nilai ekonomi sebesar Rp35,65 miliar,

yang berasal dari 52 jenis ikan yang diperdagangkan melalui Tempat Pelelangan Ikan (TPI) (BPS Kota Balikpapan, 2021). Pada periode selanjutnya, sektor perikanan tangkap di Kota Balikpapan menunjukkan tren peningkatan produksi, dengan beberapa komoditas unggulan seperti ikan tenggiri yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan permintaan pasar yang relatif stabil (BPS Kota Balikpapan, 2023). Keberadaan TPI berfungsi

tidak hanya sebagai pusat transaksi hasil tangkapan, tetapi juga sebagai simpul utama perputaran ekonomi masyarakat pesisir dan nelayan skala kecil (Gapari, 2025).

Meskipun didukung oleh potensi produksi perikanan yang relatif tinggi, pemanfaatan hasil perikanan oleh masyarakat nelayan masih terbatas, terutama pada penjualan ikan segar kepada pengepul atau pengolahan sederhana seperti ikan asin, khususnya untuk hasil tangkapan yang kurang diminati masyarakat. Kondisi tersebut juga tercermin pada masyarakat di Kelurahan Klandasan Ulu, RT 003, dengan jumlah penduduk sekitar 13.857 jiwa, yang sebagian besar menggantungkan mata pencaharian pada sektor perikanan tangkap. Pola usaha yang masih bersifat tradisional, minimnya diversifikasi produk, serta ketergantungan pada rantai pemasaran konvensional menyebabkan nilai tambah hasil perikanan belum dapat dioptimalkan secara maksimal, sehingga berdampak pada tingkat pendapatan masyarakat yang cenderung berada pada kategori menengah ke bawah.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan sumber daya ikan yang melimpah tidak secara otomatis berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat apabila tidak diiringi dengan penguatan kapasitas sumber daya manusia dan inovasi produk. Optimalisasi pemanfaatan bahan baku lokal melalui pengembangan produk olahan bernilai tambah merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan masyarakat pesisir (Wardana et al., 2025). Produk olahan berbasis ikan, seperti makanan siap saji dan produk beku (frozen food), memiliki peluang pasar yang besar, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat perkotaan terhadap pangan praktis, higienis, dan memiliki daya simpan lebih lama.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuka peluang baru dalam sistem pemasaran produk perikanan. Pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha skala rumah tangga untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya promosi yang relatif rendah serta proses distribusi yang lebih efisien (Haryanto, 2021; Rahmatiah et al., 2025; Arifin dan Astinawaty, 2025). Namun, peluang tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat nelayan dan kelompok usaha ikan asin akibat keterbatasan literasi digital, desain kemasan yang belum menarik, serta belum adanya strategi pemasaran yang terintegrasi.

Perguruan tinggi seperti Institut Teknologi Kalimantan (ITK) memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan tersebut melalui program pengabdian kepada masyarakat

yang berorientasi pada pemberdayaan dan peningkatan kapasitas masyarakat pesisir. Program pelatihan pengolahan ikan, inovasi pengemasan produk, serta pendampingan penerapan digital marketing terbukti mampu meningkatkan keterampilan, daya saing produk, dan peluang ekonomi baru bagi masyarakat (Sitinjak et al., 2025; Mertha et al., 2025; Malahayati et al., 2025). Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Klandasan Ulu, RT 003, Kota Balikpapan, dengan tujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pengolahan ikan yang aplikatif serta mendorong terciptanya peluang ekonomi baru berbasis produk olahan perikanan yang bernilai tambah dan berdaya saing.

Program pengabdian masyarakat ini, bertujuan 1). Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pengolahan ikan yang terarah dan aplikatif, sehingga masyarakat memiliki keterampilan dalam menghasilkan produk bernilai tambah. 2) Memaksimalkan peluang ekonomi baru bagi masyarakat pesisir melalui pengembangan produk olahan ikan yang berdaya saing dan mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga.

2. METODE PELAKSANAAN

Implementasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada masyarakat wilayah pesisir Kelurahan Klandasan Ulu, RT 003, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, bertujuan menggambarkan dan menganalisis strategi pemberdayaan masyarakat pesisir melalui pelatihan pengolahan ikan, penguatan sumber daya manusia (SDM), pengemasan serta pemanfaatan media online untuk pemasaran produk. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam terhadap praktik pemberdayaan yang terjadi di lingkungan masyarakat pesisir. Tahapan kegiatan meliputi:

1. Tahap Persiapan, yaitu pengumpulan data awal mengenai profil sosial dan ekonomi masyarakat pesisir RT 003 Klandasan Ulu.
2. Tahap Pra-Pelatihan, dilakukan di lokasi program untuk memaparkan rencana kegiatan pemberdayaan serta membagikan kuesioner awal kepada peserta.
3. Tahap Pelatihan, mencakup: a. pembentukan kelompok usaha, b. manajemen produksi dan pengemasan produk, c. administrasi dan strategi penjualan.
4. Tahap Pendampingan, dilakukan untuk memastikan keberlanjutan kegiatan dan mendukung perkembangan kelompok usaha yang telah terbentuk.
5. Tahap Evaluasi, bertujuan menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan program serta dampaknya terhadap masyarakat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui

pemberian lembar pra-test dan post-test selama kegiatan berlangsung untuk melihat peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembukaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Klandasan Ulu RT.03 oleh tim Kampus ITK (Dosen dan Mahasiswa). Dihadiri oleh Ketua RT.03 yaitu Bapak Kamaruddin dan ibu - ibu warga RT.03.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan program pemberdayaan masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan tahap pra-pelatihan yang bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi awal pengetahuan dan keterampilan masyarakat nelayan RT 003 Kelurahan Klandasan Ulu dalam pengolahan dan pemasaran produk perikanan. Pada tahap pra pelatihan ini kuisisioner dibagikan kepada masyarakat RT.03 Klandasan Ulu. Kuisisioner dapat dilihat pada Gambar 2.

Berdasarkan hasil kuesioner awal yang diisi oleh 11 responden, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan pengetahuan terkait diversifikasi produk olahan ikan serta belum memahami strategi pengemasan dan pemasaran produk secara modern. Sebelum kegiatan berlangsung, pemanfaatan hasil tangkapan ikan umumnya hanya terbatas pada penjualan ikan segar kepada pengepul atau pengolahan sederhana menjadi ikan asin, sehingga nilai tambah produk perikanan belum dapat dioptimalkan secara maksimal.

Lampiran 2

Kuisisioner PraKegiatan

Nama : _____
Pekerjaan : _____
Alamat : _____
No HP : _____

1. Bagaimana Kondisi ekonomi sekarang?
 - Sangat buruk
 - Buruk
 - Baik
 - Sangat baik
2. Apakah sebelumnya sudah pernah mengetahui pengolahan ikan lainnya?
 - YA
 - TIDAK
3. Apakah sebelumnya anda sudah pernah mengikuti pelatihan pengolahan ikan?
 - YA
 - TIDAK
4. Apakah anda setuju jika dilakukan pelatihan mengenai pengolahan ikan?
 - Setuju
 - Tidak Setuju
5. Apakah anda ingin mengikuti pelatihan mengenai pengolahan ikan?
 - YA
 - TIDAK

Gambar 2. Lembar Kuisisioner Pra Kegiatan

Tahap pelatihan difokuskan pada peningkatan keterampilan praktis masyarakat melalui pengolahan ikan menjadi produk bernilai tambah yaitu rice box dengan sambal ikan dan nugget ikan sebagai produk *frozen food*. Pemilihan jenis produk tersebut didasarkan pada pertimbangan kemudahan proses produksi, ketersediaan bahan baku lokal, serta tingginya minat pasar terhadap produk makanan praktis dan siap saji. Tahap pelatihan meliputi beberapa kegiatan antara lain:

a. Pembuatan produk *rice box* dengan sambal ikan

Olahan ikan dikembangkan menjadi produk sambal ikan yang disajikan dalam bentuk *rice box* dan dilengkapi dengan sayuran segar berupa selada dan timun. Pemilihan menu *rice box* didasarkan pada tingkat popularitasnya yang tinggi di masyarakat, kemasan yang praktis dan mudah dibawa, serta karakter sambal ikan sebagai hidangan pendamping makanan utama yang banyak digemari oleh berbagai kalangan. Inovasi penyajian ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah hasil perikanan melalui diversifikasi produk olahan, memperluas segmentasi pasar, serta membuka peluang usaha kuliner berbasis hasil perikanan yang lebih bernilai ekonomis. Tampilan produk *rice box* sambal ikan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk *Rice Box* dengan Sambal Ikan

b. Pembuatan *Nugget* Ikan

Produk *frozen food* telah menjadi bagian penting dari ketahanan pangan di kalangan masyarakat perkotaan saat ini. Hal ini disebabkan oleh gaya hidup modern yang menuntut makanan praktis, tahan lama, dan mudah disiapkan, sehingga produk beku berbahan dasar olahan ikan memiliki peluang ekonomi baru yang perlu dikembangkan.

Pada kegiatan pelatihan pembuatan *frozen food*, menu nugget ikan dipilih sebagai produk olahan yang diajarkan kepada peserta pelatihan. Pemilihan nugget ikan didasarkan pada tingkat penerimaan masyarakat yang tinggi, kemudahan proses pengolahan, serta potensi pengembangan sebagai produk bernilai tambah dan berdaya simpan lebih panjang. Sebelum pelaksanaan pelatihan kepada masyarakat, tim pelaksana dari ITK yang terdiri atas dosen dan mahasiswa melakukan uji coba internal untuk memastikan kesesuaian formulasi produk, komposisi bahan,

serta cita rasa nugget ikan yang akan diajarkan. Pelatihan ini diikuti oleh masyarakat, khususnya ibu-ibu RT 03, sebagai sasaran utama kegiatan pemberdayaan. Dokumentasi kegiatan pelatihan disajikan pada Gambar 4.



Gambar 2. Produk Nugget Ikan



Gambar 3. Penguatan SDM dan Strategi Pemasaran Online.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pengolahan produk perikanan. Hal ini terlihat dari kemampuan peserta dalam mengikuti proses produksi secara mandiri serta memahami prinsip dasar pengolahan pangan yang higienis dan aplikatif. Produk rice box dengan sambal ikan dinilai memiliki potensi ekonomi yang baik karena sesuai dengan preferensi konsumen perkotaan, mudah dikemas, dan siap dipasarkan secara langsung. Sementara itu, nugget ikan sebagai produk frozen food memberikan alternatif usaha baru yang memiliki daya simpan lebih lama dan peluang pasar yang lebih luas, khususnya untuk konsumen rumah tangga.

Selain pengolahan produk, kegiatan ini juga memberikan penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pengemasan produk

dan pengenalan strategi pemasaran berbasis digital. Peserta diperkenalkan pada pentingnya kemasan yang menarik dan informatif sebagai salah satu faktor penentu daya saing produk. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran diperkenalkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang penjualan produk olahan ikan. Setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap potensi pemasaran produk secara daring serta peluang pengembangan usaha berbasis rumah tangga.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan adanya perubahan positif dibandingkan kondisi awal sebelum pelaksanaan program. Masyarakat nelayan RT 003 tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam pengolahan ikan, tetapi juga pemahaman mengenai pentingnya diversifikasi produk, pengemasan, dan strategi pemasaran sebagai upaya menciptakan peluang ekonomi baru. Hasil ini sejalan dengan tujuan kegiatan pengabdian, yaitu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan mendorong pemanfaatan sumber daya perikanan lokal secara lebih optimal dan berkelanjutan untuk mendukung peningkatan pendapatan masyarakat pesisir.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Klandasan Ulu RT 003 berhasil meningkatkan kapasitas sumber daya manusia masyarakat pesisir melalui pelatihan pengolahan ikan yang aplikatif. Masyarakat memperoleh keterampilan dalam mengolah hasil perikanan menjadi produk bernilai tambah, seperti rice box sambal ikan dan nugget ikan, serta memahami dasar pengemasan dan pemasaran produk. Program ini membuka peluang ekonomi baru berbasis diversifikasi produk olahan perikanan yang berpotensi meningkatkan pendapatan rumah tangga masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan terutama dalam penguatan manajemen usaha, peningkatan kualitas kemasan, dan optimalisasi pemasaran digital. Dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga pendukung UMKM juga disarankan guna membantu pengembangan usaha, perizinan, serta perluasan akses pasar, sehingga produk olahan ikan yang dihasilkan mampu bersaing dan memberikan manfaat ekonomi jangka panjang bagi masyarakat.

5. REFERENSI

Arifin, A., Astinawaty, A. (2025). Pemanfaatan e-commerce dalam peningkatan pemasaran

- produk UMKM berbasis perikanan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 55–63.
- Badan Pusat Statistik Kota Balikpapan. (2021). *Produksi perikanan laut Kota Balikpapan tahun 2021*. Balikpapan: BPS Kota Balikpapan.
- Badan Pusat Statistik Kota Balikpapan. (2023). *Statistik perikanan tangkap Kota Balikpapan*. Balikpapan: BPS Kota Balikpapan.
- Gapari, M. Z. (2025). Peran tempat pelelangan ikan dalam penguatan ekonomi masyarakat pesisir. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 20(1), 45–54.
- Haryanto, A. T. (2021). Strategi pemasaran digital berbasis media sosial bagi UMKM perikanan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 101–109.
- Malahayati, M., Putri, R. A., Susanti, D. (2025). Digital marketing sebagai strategi peningkatan daya saing produk olahan ikan. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 22–30.
- Mertha, I. G., Sari, N. L. P., Widiyana, I. W. (2025). Inovasi pengemasan produk perikanan untuk meningkatkan nilai jual UMKM pesisir. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 14–21.
- Rahmatiah, R., Hasanuddin, H., Nurdin, N. (2025). Pemanfaatan marketplace digital dalam pengembangan usaha olahan hasil perikanan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 88–96.
- Sitinjak, J., Pratama, R., Lestari, D. (2025). Penguatan kapasitas sumber daya manusia masyarakat pesisir melalui program pemberdayaan berbasis pelatihan. *Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 7(1), 1–9.
- Wardana, A., Prasetyo, B., Kurniawan, E. (2025). Optimalisasi pemanfaatan sumber daya ikan lokal untuk peningkatan nilai tambah produk perikanan. *Jurnal Kelautan dan Perikanan Terapan*, 8(2), 73–81.