

# Peningkatan Kesejahteraan Nelayan Desa Bontolebang melalui Inovasi Pengolahan Ikan Cakalang dan Strategi Pemasaran Digital Produk Abon

<sup>1\*</sup>Suherli, <sup>2</sup>Muh Taslim, <sup>3</sup>Luqman Fanani MZ, <sup>4</sup>Sri Hasrina, <sup>5</sup>Jessie Alisa Rano S

<sup>1</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Almarisah Madani Makassar, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Sistem Informasi, Universitas Almarisah Madani Makassar, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Almarisah Madani Makassar, Indonesia

<sup>4</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Almarisah Madani Makassar, Indonesia

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Almarisah Madani Makassar, Indonesia

E-mail: <sup>1</sup>suherli@univeral.ac.id, <sup>2</sup>muhammadtaslim111194@gmail.com, <sup>3</sup>luqmanfmz@univeral.ac.id, <sup>4</sup>srihasrina9@gmail.com, <sup>5</sup>jessialisarano@gmail.com

\* Corresponding Author

**Abstrak**—Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan sebagai upaya memberdayakan keluarga nelayan di Desa Bontolebang melalui inovasi pengolahan ikan tangkapan menjadi abon ikan kemasan. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan keterampilan, kemandirian ekonomi, serta kemampuan pemasaran digital bagi para keluarga nelayan yang tergabung dalam kelompok Garuda Jaya 01. Pada tahap awal produksi, dihasilkan 50 kemasan abon yang dipasarkan secara daring, dengan proyeksi pertumbuhan penjualan sebesar 20% setiap bulan selama lima bulan pertama. Proyeksi moderat ini menggambarkan potensi realistis pengembangan usaha apabila promosi digital dan kualitas produk terus ditingkatkan. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat peran keluarga nelayan dalam membantu perekonomian keluarga, tetapi juga membuka peluang pengembangan UMKM pesisir berbasis hasil tangkapan lokal. Dukungan dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi serta kerja sama dengan Kelompok Usaha Bersama Garuda Jaya 01 menjadi faktor utama keberhasilan program ini dalam menciptakan model pemberdayaan ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat pesisir di Bontolebang.

**Kata Kunci**—Pemberdayaan, Abon Ikan Cakalang, UMKM Pesisir, Pemasaran Digital, Pengabdian Kepada Masyarakat

**Abstract**— This Community Service Program (PKM) was implemented as an effort to empower fishing families in Bontolebang Village through the innovation of processing fish catches into packaged fish floss. This activity focuses on improving skills, economic independence, and digital marketing capabilities for fishing families who are members of the Garuda Jaya 01 group. In the initial stage of production, 50 packages of shredded fish were produced and marketed online, with a projected sales growth of 20% per month for the first five months. This moderate projection illustrates the realistic potential for business development if digital promotion and product quality continue to be improved. This activity not only strengthens the role of fishing families in supporting their household economies but also opens opportunities for the development of coastal SMEs based on local catches. Support from the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology, along with collaboration with the Garuda Jaya

*01 Cooperative Group, are key factors in the program's success in creating a sustainable economic empowerment model for coastal communities in Bontolebang.*

**Keywords**—*Empowerment, flaked tuna, UMKM, digital marketing, community service.*

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan produk olahan hasil laut sebagai salah satu strategi meningkatkan ekonomi masyarakat pesisir. Salah satu jenis ikan yang bernilai ekonomis tinggi adalah ikan cakalang, yang dapat diolah menjadi berbagai produk makanan siap konsumsi, termasuk abon ikan [1]. Ketersediaan ikan cakalang di wilayah pesisir, seperti di Desa Bontolebang, Kecamatan Galesong Utara, Kabupaten Takalar, sangat melimpah sepanjang tahun. Namun, sebagian besar hasil tangkapan hanya dijual dalam bentuk segar kepada pengepul dengan harga yang berfluktuasi, sehingga pendapatan keluarga nelayan menjadi tidak stabil [2]. Diversifikasi produk olahan menjadi solusi efektif karena abon ikan memiliki masa simpan yang lama, cita rasa yang gurih, serta nilai jual dua hingga tiga kali lipat dibanding ikan segar [3].

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengolahan ikan menjadi abon dapat membuka peluang usaha rumah tangga dengan melibatkan anggota keluarga, tidak hanya bergantung pada aktivitas melaut. Misalnya, studi di Maluku Utara membuktikan bahwa pelatihan pengolahan hasil laut menjadi abon mampu meningkatkan pendapatan keluarga nelayan secara signifikan, khususnya kelompok ibu rumah tangga [4]. Namun demikian, masyarakat pesisir umumnya menghadapi kendala berupa keterbatasan alat produksi, pengetahuan teknis, serta desain kemasan yang kurang menarik. Hambatan lain adalah minimnya pemahaman masyarakat tentang pemasaran digital, sehingga produk olahan yang dihasilkan tidak dapat bersaing dengan produk sejenis di pasaran yang lebih luas [5]. Padahal, perkembangan era digital justru membuka peluang besar bagi UMKM pesisir.

Produk lokal yang dikemas menarik dan dijual melalui media sosial terbukti dapat meningkatkan penjualan. Agar dapat bersaing, masyarakat pesisir perlu dibekali dengan keterampilan pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini [6]. dalam kegiatan ini adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) Garuda Jaya 01 di Desa

Bontolebang. Kelompok ini dipimpin oleh Ahmad dan terdiri atas 10 keluarga nelayan ( $\pm 30$  jiwa) dengan rentang usia 25–60 tahun serta tingkat pendidikan SD–SMA. Hasil survei lapangan menunjukkan bahwa kelompok ini pernah mencoba mengembangkan UMKM berbasis olahan ikan, tetapi berhenti karena keterbatasan alat produksi tradisional, kemasan yang tidak menarik, serta pemasaran yang masih terbatas pada wilayah desa. Kondisi ini semakin menegaskan bahwa aspek produksi dan pemasaran digital menjadi kebutuhan utama dalam mendukung pengembangan usaha mereka.

Dengan kekuatan utama berupa akses langsung terhadap sumber daya ikan laut, terutama ikan cakalang, didukung oleh pengalaman keluarga nelayan dalam pendampingan proses pasca-tangkap dan semangat tinggi untuk meningkatkan taraf hidup melalui diversifikasi produk olahan hasil laut [7]. Namun, terdapat kelemahan signifikan, yaitu rendahnya keterampilan teknis dalam pengolahan ikan laut menjadi produk bernilai tambah seperti abon, serta keterbatasan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Meskipun demikian, terdapat peluang menjanjikan untuk meningkatkan nilai ekonomis hasil tangkapan nelayan dengan tidak hanya menjualnya ke tempat pelelangan ikan, tetapi juga mengolahnya lebih lanjut untuk meningkatkan nilai jual [8], seperti yang dianalisis dalam tabel (atau data) terlampir.

Tabel 1. mapping kondisi dan potensi.

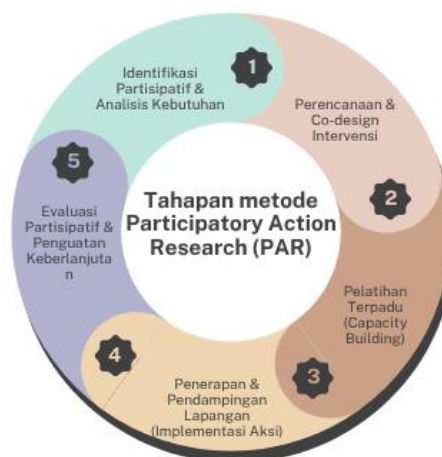
No	Aspek analisis	Kondisi lapangan	Potensi terimplementasi
1	Fokus Produk & Nilai Jual	Menjual ikan cakalang segar bernilai jual rendah.	Mengolah menjadi abon cakalang kemasan praktis dan memasarkan secara digital.
2	Sumber Pendapatan	Hanya bergantung pada hasil tangkap ikan.	Menambah sumber pendapatan dari penjualan abon ikan melalui media sosial.
3	Keterampilan & Pasar	Terbatas pada keterampilan menangkap ikan.	Meningkatkan produksi, kemasan, dan pemasaran digital agar pasar lebih luas.

Secara sosial, program ini akan meningkatkan keterampilan keluarga nelayan dalam mengolah ikan serta membangun kepercayaan diri mereka untuk menghasilkan produk yang bernilai jual tinggi. Pelatihan ini juga diharapkan menumbuhkan rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan di kalangan perempuan pesisir. Secara ekonomi,

diversifikasi produk olahan akan membuka peluang usaha baru yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga nelayan. Melalui pendampingan pemasaran digital, keluarga nelayan akan diperkenalkan pada penggunaan media sosial seperti Instagram untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Program ini diharapkan dapat memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga, mendorong terbentuknya usaha kecil berbasis keluarga, serta menciptakan peluang wirausaha perempuan secara berkelanjutan di Desa Bontolebang[9].

## 2. METODE

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini digunakan metode Participatory Action Research (PAR), yang berfokus pada kolaborasi antara tim pelaksana dan masyarakat sasaran. Pendekatan ini bertujuan agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga mitra aktif dalam proses penyelesaian masalah. Melalui pelibatan langsung, kegiatan pengolahan ikan cakalang menjadi abon dan pemasaran digital dapat dikembangkan berdasarkan kebutuhan nyata dan potensi yang dimiliki masyarakat nelayan[10].



Gambar 1. tahapan Metode PAR.

Adapun tahapan yang terimplementasi merupakan outline besar dari seluruh rangkaian kegiatan program pengabdian. Pelaksanaan program diawali dengan identifikasi kebutuhan dan permasalahan melalui kegiatan observasi serta wawancara terhadap keluarga nelayan anggota KUB Garuda Jaya 01. Tahap berikutnya

adalah sosialisasi kegiatan untuk memberikan pemahaman mengenai tujuan, manfaat, dan mekanisme pelaksanaan program. Selanjutnya dilakukan pelatihan pengolahan ikan cakalang menjadi abon serta pelatihan pemasaran digital guna meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas jangkauan pasar. Setelah pelatihan, peserta mendapatkan pendampingan dalam penggunaan teknologi tepat guna untuk proses produksi abon dan pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi [11]. Program diakhiri dengan evaluasi hasil kegiatan serta pembentukan kelompok usaha mandiri sebagai upaya mewujudkan keberlanjutan program di masyarakat sebagai berikut :.

#### a. Sosialisasi Kepada masyarakat keluarga nelayan

Tahap ini diawali dengan observasi lapangan dan wawancara kepada sasaran, yaitu anggota KUB Garuda Jaya 01 untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik, hambatan yang dihadapi, serta potensi yang bisa dikembangkan. Hasil identifikasi digunakan untuk menyusun strategi intervensi yang tepat sasaran. Selanjutnya, dilakukan sosialisasi program yang menjelaskan tujuan, manfaat, tahapan kegiatan, serta peran dalam proses pelaksanaan.



Gambar 2. Sosialisasi dan pengenalan inoasi dari tim PKM



**b. Pelatihan**

Pelatihan ini terdiri dari dua sesi yang dilaksanakan secara terpadu, yaitu pengolahan ikan cakalang menjadi abon dan pemasaran digital. Pada sesi pertama, akan dilatih mulai dari teknik penyuwiran, pembumbuan, proses pengeringan hingga pengemasan produk secara higienis agar layak jual. Sementara itu, pada sesi pemasaran digital, akan diajarkan cara membuat akun Instagram dan Facebook, menyusun konten promosi berupa foto, video, dan teks, serta menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain promosi sederhana. Pelatihan dilakukan melalui teori dan praktik agar keterampilan yang diperoleh semakin banyak dan beragam kemudian dapat diterapkan secara mandiri.



Gambar 3. Aktivitas pembuatan Abon ikan.



Gambar 4. Aktivitas Pelatihan pembuatan desain kemasan.

### c. Penerapan Teknologi Tepat Guna

Setelah pelatihan, akan dibimbing dalam menggunakan alat produksi seperti mesin penggiling ikan, peniris minyak, dan pengemas sederhana. Tahap ini memastikan bahwa peralatan dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung efisiensi dan standar kualitas produk abon.

### d. Pendampingan dan Evaluasi

Tim akan secara aktif melakukan pendampingan dalam proses produksi dan pemasaran. Evaluasi dilakukan secara berkala terhadap kualitas abon yang dihasilkan, efektivitas media promosi, serta keterlibatan. Penilaian dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara terhadap.

#### **e. Keberlanjutan Program**

Agar program tetap berlanjut setelah masa pendampingan berakhir, tim pengabdian mendorong pembentukan kelompok usaha bersama yang memiliki struktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas. Panduan produksi dan promosi disusun dalam bentuk tertulis sebagai acuan kerja, serta satu kader lokal ditunjuk untuk melanjutkan fungsi pendamping internal. Metode pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Keterlibatan ini tidak hanya bertujuan untuk mentransfer pengetahuan, tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap inovasi yang diterapkan agar program dapat berjalan secara berkelanjutan. Pendekatan partisipatif tersebut diwujudkan melalui dialog terbuka, diskusi kelompok, dan observasi lapangan, sehingga tim dapat memahami kebutuhan nyata masyarakat serta merumuskan solusi yang sesuai dengan kondisi lokal.

Skala prioritas kegiatan ditetapkan berdasarkan urgensi permasalahan, dengan fokus utama pada penguatan aspek produksi dan pemasaran, karena kedua aspek ini memiliki dampak paling besar terhadap peningkatan pendapatan nelayan. Proses penentuan prioritas dilakukan secara bersama-sama sehingga memperkuat partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program. Setiap kegiatan disesuaikan dengan kapasitas dan waktu luang peserta, sehingga tidak mengganggu rutinitas harian nelayan. Pelatihan dirancang dalam sesi singkat namun intensif, disertai praktik langsung dan pendampingan bertahap.

Evaluasi dilakukan secara terintegrasi melalui observasi, umpan balik peserta, serta pencatatan perkembangan kegiatan untuk menilai efektivitas pelatihan, implementasi teknologi, dan dampaknya terhadap produktivitas serta pemasaran. Hasil evaluasi menjadi dasar penguatan keberlanjutan program dengan mendorong pembentukan kelompok usaha mandiri serta pengembangan jaringan pemasaran lokal maupun digital. Pembagian tugas dalam tim pengabdian juga dilakukan secara proporsional: ketua tim bertanggung jawab atas koordinasi dan strategi, sedangkan anggota dengan keahlian komunikasi fokus pada pelatihan pemasaran digital dan penguatan merek produk. Sementara itu, anggota berlatar belakang informatika memberikan pelatihan penggunaan aplikasi desain, pembuatan konten digital, dan pendampingan pengelolaan



media sosial serta *e-commerce* sebagai bentuk optimalisasi teknologi informasi dalam mendukung promosi dan distribusi produk.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Harapan utama dari pelaksanaan kegiatan ini adalah agar memberikan dampak positif bagi Kelompok Nelayan Garuda Jaya 01, khususnya kepada para keluarga nelayan, dalam upaya meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian keluarga. Melalui kegiatan ini, para keluarga nelayan diharapkan mampu memanfaatkan sebagian hasil tangkapan ikan para suami untuk diolah menjadi produk bernilai tambah, meskipun dalam skala kecil. Inisiatif ini dipandang sebagai langkah awal menuju peningkatan produktivitas dan kemandirian ekonomi rumah tangga nelayan. Adapun prediksi tingkat keberhasilan penjualan produk abon ikan cakalang Bontolebang disajikan sebagai berikut.



Gambar 5. Prediksi Skenario moderat. (Periode Oktober 2025 – Februari 2026).

Tabel 2. Penjualan Produk (Periode Oktober 2025 – Februari 2026, Skenario Moderat).

Bulan	Penjualan (Pcs)	Kenaikan per-bulan (%)	Keterangan
Oktober	50	-	Produksi awal dan tahap pengenalan produk.
November	60	20	Mulai ada peningkatan dari promosi online dan testimoni pelanggan
Desember	72	20	Permintaan mulai stabil, jangkauan pemasaran meningkat
Januari	86	20	Produk mulai dikenal secara luas melalui media digital
Februari	91	20	Penjualan mencapai tahap konsolidasi dan mulai terbentuk loyalitas pelanggan

Pada tahap awal produksi, usaha abon ikan kemasan ini memulai kegiatan pemasaran secara online dengan jumlah produksi sebanyak 50 kemasan. Berdasarkan hasil observasi dan analisis potensi pasar, diperkirakan akan terjadi pertumbuhan penjualan sebesar 20% setiap bulan selama lima bulan pertama. Proyeksi ini tergolong moderat, dengan asumsi bahwa promosi digital, testimoni pelanggan, dan peningkatan kualitas kemasan mampu menarik minat pembeli secara berkelanjutan.

Karena usaha ini masih berada pada tahap pembelajaran dan perintisan, seluruh kegiatan produksi masih mengandalkan modal awal (modal wala) untuk menopang kebutuhan bahan baku dan operasional. Oleh karena itu, keberlanjutan pertumbuhan penjualan di bulan-bulan berikutnya sangat bergantung pada efektivitas strategi pemasaran online serta kemampuan pengelolaan modal yang efisien. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan penjualan dapat meningkat dari 50 kemasan pada bulan pertama menjadi sekitar 91 kemasan pada bulan kelima, sekaligus menjadi dasar yang realistis bagi pengembangan usaha abon ikan oleh keluarga nelayan ke arah yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa program inovasi pengolahan ikan cakalang menjadi abon kemasan di Desa Bontolebang memberikan dampak nyata terhadap peningkatan keterampilan

dan kemandirian ekonomi keluarga nelayan anggota KUB Garuda Jaya 01. Melalui penerapan metode *Participatory Action Research (PAR)*.

Kegiatan ini berhasil memberdayakan keluarga nelayan untuk terlibat aktif dalam setiap tahapan proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran digital produk abon ikan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam pengolahan hasil laut, tetapi juga menumbuhkan semangat kewirausahaan dan kepercayaan diri keluarga nelayan untuk berperan lebih dalam membantu ekonomi keluarga. Proyeksi pertumbuhan penjualan moderat sebesar 20% per bulan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan digital yang berkelanjutan dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat daya saing produk UMKM berbasis keluarga pesisir.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi atas dukungan dan pendanaan program ini, serta kepada mitra Kelompok Usaha Bersama Garuda Jaya 01 atas partisipasi aktif dan komitmen para keluarga nelayan selama kegiatan, sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi peningkatan kesejahteraan keluarga nelayan di Bontolebang.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. DI Jenis Kapal Perikanan Kabupaten Takalar, S. Nurul Nahdyah, S. Aisjah Farhum, dan Ilham Jaya, P. Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, and U. Hasanuddin, "The Variety of Fishing Boat in Takalar Regency," 2014.
- [2] C. Radjawane, M. I. Badaruddin, and M. Yekwan, "Diversifikasi Produk Ikan Asap Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) dengan Penambahan Ekstrak Kulit Manggis Terhadap Mutu Sensorik," *NEKTON: Jurnal Perikanan dan Ilmu Kelautan*, vol. 2, no. 2, pp. 63–70, Oct. 2022, doi: 10.47767/nekton.v2i2.405.
- [3] H. A. Wildah and J. Junianto, "Penerapan Manajemen Kualitas pada Produksi Abon Ikan Cakalang di UMKM Wadimah, Bandung," *Jurnal Penelitian Inovatif*, vol. 4, no. 4, pp. 2401–2408, Nov. 2024, doi: 10.54082/jupin.851.
- [4] S. Hiariey, J. Karuwal, Y. Tupamahu, and A. Abida, "Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan Di Kelurahan Dufa-Dufa, Kecamatan Ternate Utara, Maluku Utara," *BAKTI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 9–14, Jul. 2022, doi: 10.51135/baktivol2iss1pp9-14.
- [5] R. Tri Wardani, N. Diniarti, M. Fitri, R. Amrina Rosada, and A. Maolana, "EDUKASI PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE PADA NELAYAN

- DAN PENGOLAH IKAN DI DESA BUGBUG, KARANGASEM, BALI (Marketing Education through E-Commerce for Fishermen and Fishery Processing Entrepreneurs in Bugbug Village, Karangasem, Bali),” Mataram, Jul. 2024.
- [6] M. Aliyuddin, I. Surgawati, N. Mela Yuliani, and A. Taufik Rakhmat, “Bimtek Digital Marketing dalam Rangka Peningkatan Kompetensi Penjual Abon Ikan di Desa Karangjaladri Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran,” *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, vol. 5, no. 2, pp. 131–140, Nov. 2024, doi: 10.29259/jscs.v5i2.190.
- [7] L. Octavia, C. P. Mahandari, I. R. Nirmala, and Wiralis, “PELUANG BISNIS DAN SUMBER GIZI HEWANI DARI PERIKANAN PRODUK IKAN TANGKAP LESTARI KABUPATEN BUTON UTARA,” *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kelautan Tropis*, vol. 16, no. 3, pp. 403–422, Feb. 2025, doi: 10.29244/jitkt.v16i3.44304.
- [8] M. Sayful, “Strategi Penghidupan Nelayan Pedagang di Tempat Pelelangan Ikan (Lelong),” *SIGn Journal of Social Science*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, Nov. 2020, doi: 10.37276/sjss.v1i1.95.
- [9] L. S. Noor, T. W. Hendratni, S. Lysandra, A. Hermawati, A. Irvie, and W. Shalihah, “Literasi Digital bagi Kelompok Usaha Nelayan dan Ibu Ibu PKK untuk Peningkatan Kapasitas Usaha di Desa Sungai Buntu, Karawang,” *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, vol. 7, no. 5, pp. 3437–3442, Jun. 2025, doi: 10.38035/rj.v7i5.1632.
- [10] E. Saputra et al., “Pengabdian Masyarakat Melalui Program KPM STAIN Meulaboh di Gampong Blang Baro Nagan Raya,” *Zona: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 97–110, Jun. 2024, doi: 10.71153/zona.v1i2.45.
- [11] I. Nur et al., “Pendampingan UMKM dalam Pengembangan Produk Olahan Pertanian dan Perikanan untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi di Desa Andoolo Utama, Sulawesi Tenggara,” *Empowerment*, vol. 7, no. 02, pp. 244–251, Nov. 2024, doi: 10.25134/empowerment.v7i02.10737.