



Enhancing the Competitiveness of Marine Products Through Business Strategies, Processed Product Innovation, and Digital Marketing in the Lontar Village Community

Peningkatan Daya Saing Produk Hasil Laut Melalui Strategi Usaha, Inovasi Olahan, Dan Digital Marketing Pada Masyarakat Desa Lontar

Melia Handayani¹, Wafa Nurul Hakim², Syifa Fajar Maulani³, Siti Kurotul Ainiah⁴, Wenny Ananda Larasati⁵, Faishal Sauqi Rammadhani⁶

Published online: 07 November 2025

ABSTRACT

This community service activity was carried out in Lontar Village, Tirtayasa District, Serang Regency, Banten, which is known as a coastal area with main potential in the fisheries and seaweed cultivation sectors. The problems faced by the local community include limited knowledge of modern packaging innovations, business consistency strategies, and digital-based marketing, resulting in marine products that have not yet reached optimal added value. The method consisted of four stages: field surveys, interviews, planning, and implementation. The implementation series included a pre-test, delivery of material, workshops, and a post-test. The materials presented covered entrepreneurship strategies, packaging innovation using tools such as vacuum sealers, and digital marketing training through the creation of online stores on e-commerce platforms. The results showed an increase in participants' knowledge and skills, with an average improvement of 14% from pre-test to post-test. The largest increase was in digital marketing at 26.12%, followed by modern packaging innovation at 13.04%, and entrepreneurship strategies at 6.95%. This demonstrates that the training successfully increased motivation, practical skills, and the community's readiness to develop their businesses. Through this assistance, the Lontar Village community not only learned theory but also directly practiced digitalization skills, modern packaging, and online marketing to expand their markets. This activity is expected to encourage increased added value of marine products, strengthen competitiveness, and support the sustainable economic independence of coastal communities.

Keywords: Modern Packaging, Digital Marketing, Seaweed Cultivation, Lontar Village.

Abstrak. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Lontar, Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang, Banten, yang dikenal sebagai wilayah pesisir dengan potensi utama pada sektor perikanan dan budidaya rumput laut. Permasalahan yang dihadapi masyarakat setempat meliputi keterbatasan pengetahuan dalam inovasi pengemasan modern, strategi konsistensi usaha, dan pemasaran berbasis digital, sehingga hasil laut yang diproduksi belum memiliki nilai tambah optimal. Metode kegiatan dilakukan melalui empat tahapan, yaitu survei lapangan, wawancara, perencanaan, dan pelaksanaan. Rangkaian pelaksanaan mencakup *pre-test*, pemberian materi, workshop, serta *post-test*. Materi yang disampaikan meliputi strategi kewirausahaan, inovasi pengemasan menggunakan alat seperti vacuum sealer, dan pelatihan pemasaran digital melalui pembuatan toko online di platform *e-commerce*. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dengan rata-rata kenaikan sebesar 14% dari pre-test ke post-test. Peningkatan terbesar terjadi pada aspek pemasaran digital sebesar 26,12%, diikuti oleh inovasi pengemasan modern sebesar 13,04%, serta strategi berwirausaha sebesar 6,95%. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan mampu meningkatkan motivasi, keterampilan praktis, dan kesiapan masyarakat dalam mengembangkan usaha. Dengan adanya pendampingan ini, masyarakat Desa Lontar tidak hanya belajar teori, tetapi juga bisa langsung mempraktikkan keterampilan digitalisasi, pengemasan modern, dan pemasaran online untuk memperluas pasar. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong peningkatan nilai tambah produk hasil laut, memperkuat daya saing, serta mendukung kemandirian ekonomi masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

^{1*-6} Logistik Kelautan, Kampus Daerah Serang, Universitas Pendidikan Indonesia,

*) *corresponding author*

Melia Handayani
Email: melia.handayani@upi.edu

Keywords: Pengemasan Modern, Pemasaran Digital, Budidaya Rumput Laut, Desa Lontar.

PENDAHULUAN

Perkembangan era globalisasi dan kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan. Hal ini turut selaras dengan teori yang disampaikan Saputri et al., (2024) bahwa fenomena globalisasi secara tak terbantahkan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan suatu negara, termasuk dalam bidang ekonomi, politik, pendidikan, serta sosial budaya. Persaingan pasar yang semakin ketat menuntut pelaku usaha, baik skala besar maupun kecil, untuk mampu berinovasi dalam produk, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi. Digitalisasi menjadi salah satu kunci penting dalam mendukung transformasi tersebut, terutama dalam aspek penjualan, promosi, hingga pemasaran berbasis platform online.

Di Indonesia, potensi ekonomi berbasis sumber daya alam masih menjadi tulang punggung masyarakat, khususnya di wilayah pesisir. Sumber daya laut yang melimpah dapat diolah menjadi produk unggulan apabila didukung dengan pengetahuan kewirausahaan, inovasi kemasan, dan pemasaran modern. Namun, banyak masyarakat pesisir yang masih menghadapi keterbatasan dalam hal penguasaan teknologi digital dan strategi pemasaran yang efektif, sehingga hasil usaha mereka belum sepenuhnya optimal dalam meningkatkan kesejahteraan. Fenomena ini juga teramati dalam konteks persaingan bisnis di kalangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang turut ditandai oleh tingkat persaingan yang tinggi sehingga menimbulkan tantangan utama akibat kurangnya kemampuan para pelaku usaha dalam membudayakan perilaku inovatif yang diperlukan dalam menyusun rencana strategis guna mempertahankan daya saing (Hermundsdoetter and Aspelund 2021; Hughes et al. 2021; Lim 2022).

Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar adalah Desa Lontar di Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang. Desa ini memiliki luas wilayah 556,5 hektar, berbatasan langsung dengan Laut Jawa di bagian utara, dan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai nelayan. Sejak tahun 2010, masyarakat mulai mengembangkan budidaya salah satunya rumput laut sebagai sumber pendapatan kehidupan. Aktivitas ini terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan warga, meskipun dalam praktiknya masih terdapat kendala.

Beberapa kendala yang dihadapi dalam kegiatan budidaya rumput laut antara lain faktor lingkungan seperti pasang surut air laut, arus atau gelombang, serta hembusan angin simon yang memengaruhi stabilitas pertumbuhan rumput laut (Suiyah, 2022). Selain itu, menurut temuan penelitian (Santoso & Nugraha, 2008) tantangan lain yang sering muncul adalah serangan penyakit *ice-ice* yang bersifat musiman dan menular, terutama pada periode musim hujan, sehingga dapat menurunkan kualitas dan produktivitas hasil budidaya.

Pada awalnya, hasil panen rumput laut hanya dijemur hingga kering dan dijual kepada pengepul tanpa melalui proses pengolahan yang memberikan nilai tambah. Pola ini membuat masyarakat masih bergantung pada tengkulak dan memiliki daya tawar yang rendah. Oleh karena itu, peningkatan nilai tambah menjadi salah satu upaya strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong peningkatan kesejahteraan (Sau & Darwis, 2023). Dalam perkembangannya, sebagian warga sudah mulai berinovasi dengan mengolah rumput laut menjadi aneka produk makanan ringan. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran untuk meningkatkan nilai jual produk. Akan tetapi, keterbatasan dalam pengetahuan mengenai pengemasan modern, strategi konsistensi usaha, dan pemasaran digital masih menjadi hambatan utama.

Pengemasan menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik produk. Menurut Putranto et al. (2022), kemasan berperan tidak hanya sebagai wadah atau pelindung, tetapi juga sebagai sarana menjaga kualitas, daya tahan, serta memberikan informasi melalui label produk. Pengemasan yang tepat dapat meningkatkan citra dan daya saing produk di pasaran. Menyadari tantangan yang dihadapi mitra dalam hal pengemasan, tim pengabdian menawarkan solusi berupa pelatihan penggunaan alat sealer. Alat ini mampu memberikan hasil pengemasan yang lebih presisi, rapi, dan profesional sehingga berpotensi meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Faiz et al., 2022).

Dalam konteks inilah, digitalisasi dan pelatihan kewirausahaan berbasis pengemasan modern menjadi solusi strategis. Seperti dikemukakan oleh Sukmana dalam Erwin (2020), digitalisasi adalah

proses mengubah media tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital agar lebih mudah diakses dan dimanfaatkan. Sementara itu, Lasa (2005) menegaskan bahwa digitalisasi merupakan pengelolaan dokumen tercetak menjadi dokumen elektronik sebagai bagian dari adaptasi terhadap era modern berbasis teknologi. Dengan demikian, pemanfaatan digitalisasi dalam konteks usaha masyarakat Desa Lontar dapat diterapkan pada promosi, penjualan, hingga pemasaran produk melalui platform *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penguatan kapasitas masyarakat Desa Lontar. Upaya ini dilakukan melalui pelatihan inovasi kemasan modern dengan peralatan pendukung seperti penggunaan sealer, strategi konsistensi usaha, serta pemasaran berbasis digital. Keberhasilan program pengabdian masyarakat saat ini tidak semata-mata bergantung pada penerapan pengetahuan yang bersifat aplikatif, melainkan juga pada implementasi program yang efektif guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta menyesuaikan diri dengan dinamika perubahan lingkungan yang pesat (Darling-Hammond et al., 2020). Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mampu menjual dan memproduksi hasil laut di daerah desa lontar saja, tetapi juga dapat meningkatkan nilai tambah, daya saing, serta memperluas jangkauan pemasaran hingga ke luar desa melalui pemanfaatan teknologi digital.

BAHAN DAN METODE

Menurut (Zunaidi, 2024), metode pelaksanaan pengabdian merupakan pendekatan sistematis yang dirancang untuk memberikan kontribusi nyata serta solusi terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat memerlukan metode yang tepat agar dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan. Metode yang terstruktur dan terarah akan mendukung tercapainya efektivitas serta efisiensi dalam kegiatan, sehingga manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan secara nyata oleh masyarakat sasaran (Sudaryat, 2023).

Dalam pengabdian ini metode terdiri dari empat tahapan, yaitu survei, wawancara, perencanaan, dan pelaksanaan.

Observasi

Melakukan observasi dengan masyarakat merupakan langkah krusial untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi aktual, hambatan, serta kebutuhan yang dialami oleh masyarakat. Pendekatan observasi semacam ini dapat mencakup pengamatan terhadap lingkungan fisik, dinamika interaksi sosial, dan rutinitas kehidupan sehari-hari (Tiffany S. Rusli et al, 2024). Tim pengabdian melakukan survei langsung ke Desa Lontar untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi desa, meliputi aspek lingkungan, sosial, serta potensi ekonomi masyarakat.

Wawancara

Wawancara dilakukan dengan beberapa pihak masyarakat, seperti pengelola website hasil desa, pengepul rumput laut, dan nelayan. Wawancara ini dapat diperluas sepanjang tetap relevan dengan topik yang telah disepakati, dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat atau informan untuk menentukan aspek-aspek penting yang perlu diteliti lebih lanjut, melalui proses diskusi yang sangat terbuka, yang bertujuan untuk mengeksplorasi kondisi khusus yang ada di masyarakat (Afandi A. et al, 2022). Hasil wawancara menunjukkan bahwa potensi utama Desa Lontar terletak pada sektor hasil laut, khususnya perikanan tangkap dan budidaya rumput laut yang menjadi mata pencaharian mayoritas penduduk.

Perencanaan

Perencanaan disusun berdasarkan hasil survei dan wawancara, meliputi:

1. Identifikasi potensi utama, yaitu hasil tangkapan laut, budidaya rumput laut, dan digitalisasi informasi melalui website hasil desa.
2. Pemilihan fokus kegiatan, dengan tema “*Dari Jala ke Jaringan: Digitalisasi Hasil Laut melalui Inovasi, Pengemasan, dan Pemasaran*”, yang menitikberatkan pada pengemasan modern dan strategi konsistensi usaha.
3. Penyusunan rencana kegiatan, berupa pelatihan pengemasan dan digital marketing untuk meningkatkan nilai tambah produk hasil laut.
4. Pembagian tugas tim, di mana dosen berperan sebagai pemateri, sedangkan mahasiswa bertugas dalam divisi acara, PDD, logistik, konsumsi, serta perangkat acara agar kegiatan berjalan tertib.

Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilaksanakan pada 31 Agustus 2025 dengan rangkaian kegiatan sebagai berikut:

1. *Pre-test*, untuk mengukur pengetahuan awal peserta terkait strategi berwirausaha, inovasi kemasan, dan pemasaran digital.
2. Pematieran, mencakup digital marketing (pemanfaatan media sosial dan *e-commerce*) serta pengemasan modern dan strategi konsistensi usaha untuk meningkatkan daya saing produk.
3. *Workshop*, meliputi praktik pengemasan modern menggunakan plastik sealer, vacuum sealer, pouch, dan desain label, serta praktik digital marketing melalui pembuatan toko online di Shopee.
4. *Post-test*, sebagai evaluasi pemahaman peserta sekaligus penilaian efektivitas kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian telah selesai dilaksanakan pada Minggu, 31 Agustus 2025 bertempat di Kantor Desa Lontar, Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, dengan melibatkan target peserta sebanyak 24 orang dari kelompok petani dan nelayan yang tergabung dalam kelompok rumput laut. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, turut didampingi keterlibatan tim pengabdian yang beranggotakan 11 orang panitia, yang terdiri dari 3 dosen dan 8 mahasiswa/mahasiswi. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, dimulai dengan sesi *Pre-test* terdiri dari tiga sub bagian pertanyaan, yaitu strategi berwirausaha, inovasi kemasan modern, dan pemasaran digital. Pengisian *Pre-test* bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan dan kemampuan peserta sebelum sesi pematieran dan *workshop*. Setelah itu, dilanjutkan dengan sesi pembukaan acara dan simbolis penyerahan plakat yang kemudian dilanjutkan dengan sesi penyampaian materi utama terkait dengan Strategi Konsistensi Usaha dan Pengemasan Modern yang berisi penyampaian terkait dengan strategi konsistensi usaha melalui penjualan berbasis digital dan penyampaian materi terkait pengemasan modern yang dilanjutkan dengan sesi *workshop* terkait pengemasan produk hasil laut menggunakan mesin vacuum sealer yang turut dipandu oleh Tim Dosen Logistik Kelautan. Setelah dilakukannya sesi *workshop*, terdapat sesi akhir terkait pengisian *Post-test* untuk mengukur pemahaman peserta setelah mengikuti rangkaian pematieran dan *workshop*.

Berkaitan dengan dokumentasi penyerahan plakat kepada pihak desa Lontar turut serta menjadi tahap awal berlangsungnya pembukaan kegiatan pengabdian ini. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian terdapat sesi penyampaian materi utama terkait dengan Strategi Konsistensi Usaha dan Pengemasan Modern yang berisi penyampaian terkait dengan strategi konsistensi usaha melalui penjualan berbasis digital dan penyampaian materi terkait pengemasan modern. Dalam pelaksanaan

sesi penyampaian materi, peserta turut terlibat dalam pengenalan berbagai jenis pengemasan modern yang dapat meningkatkan nilai jual produk, baik dari sisi tampilan, daya tahan, maupun daya tarik konsumen. Selain itu, materi mengenai strategi konsistensi usaha disampaikan dengan menekankan pentingnya menjaga kualitas produk, membangun branding yang kuat, memberikan pelayanan yang baik, memastikan distribusi berjalan lancar, serta menjaga komunikasi yang efektif dengan konsumen.

Sebagai bagian dari sesi penyampaian materi, turut diadakan sesi workshop digital marketing terkait pembuatan toko online dan workshop pengemasan modern menggunakan mesin vacuum sealer dengan *sampling* produk cumi asin, nori dan abon. Dalam pelaksanaan workshop pembuatan toko online, peserta dipandu langkah demi langkah untuk membuat akun penjual di Shopee, mengunggah foto produk, menulis deskripsi yang menarik, serta menentukan strategi harga. Peserta juga diberi arahan mengenai pentingnya konsistensi dalam memperbarui katalog produk, menjaga komunikasi dengan pembeli, serta memanfaatkan fitur promosi yang disediakan oleh platform. Adapun dokumentasi pelaksanaan kegiatan workshop digital marketing terkait pembuatan toko online terlampir sebagai berikut:



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Workshop *Digital Marketing*
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian (2025)

Berdasarkan dengan dokumentasi pelaksanaan kegiatan workshop digital marketing diatas, terkait dengan pembuatan toko online sebagai sesi awal workshop dalam rangkaian kegiatan pengabdian. Adapun dalam rangkaian pelaksanaan pengabdian, terdapat sesi workshop pengemasan modern yang turut serta memberikan pelatihan dan pengalaman langsung secara praktis kepada para peserta untuk dapat melakukan tips pengemasan produk yang lebih menarik dan bernilai jual. Pelaksanaan workshop tidak hanya ditujukan sebagai sarana peningkatan keterampilan peserta, tetapi turut ditujukan untuk memperluas jangkauan pasar usaha masyarakat melalui penjualan digital dan pengemasan modern yang turut mendukung perluasan pasar masyarakat yang turut terlibat dalam kegiatan pengabdian ini. Adapun dokumentasi pelaksanaan kegiatan workshop pengemasan modern terlampir sebagai berikut:



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Workshop Pengemasan Modern
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian (2025)

Berdasarkan dokumentasi kegiatan workshop terkait pengemasan modern, turut menjadi rangkaian akhir dalam sesi pelaksanaan workshop. Dalam pelaksanaan kegiatan workshop, tim pengabdian turut memberikan pengarahan dan bimbingan kepada para peserta terkait langkah-langkah dalam sesi workshop untuk dapat memastikan peserta dapat mengikuti dan memahami proses dengan baik. Melalui pendekatan ini, peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman teoritis, tetapi juga turut serta memiliki pengalaman dan pengetahuan secara praktis untuk turut serta dapat diaplikasikan dalam memulai usaha mikro, kecil, dan menengah. Dengan demikian, diharapkan peserta dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan berkontribusi lebih besar dalam perekonomian lokal serta diharapkan masyarakat tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan secara praktis guna meningkatkan nilai jual produk dan memperluas pasar melalui jalur digital.

Dalam rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, pengembangan perekonomian lokal turut menjadi aspek utama sebagai tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian yang turut serta dapat dioptimalkan melalui aspek digitalisasi untuk dapat mengoptimalkan jangkauan pasar, peningkatan daya saing, dan memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha mereka di pasar modern. Berdasarkan hasil pre-test, pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai strategi usaha, inovasi kemasan modern dan pemasaran digital masih berada dalam taraf kondisi cukup, dengan rata-rata 64.29% dari total 23 Peserta yang mengikuti rangkaian kegiatan. Hal ini selaras dengan tingkat pengetahuan yang dikatakan cukup jika responden mampu menjawab pernyataan pada kuesioner dengan benar sebesar 56 – 74% dari seluruh pertanyaan dalam kuesioner (Riyanto Budiman, 2013). Berdasarkan kondisi tersebut, turut menunjukkan bahwa peserta berada dalam kondisi pemahaman yang cukup baik sehingga diharapkan pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat meningkatkan peluang untuk dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha yang lebih luas. Adapun data aktual dan rekapitulasi hasil pengisian Pre-Test dan Post-Test kegiatan pengabdian di desa lontar terlampir sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil *Pre-Test*

STRATEGI BERWIRUSAHA			
	Deskripsi	Ya	Tidak
	Apakah Anda memiliki rencana atau strategi dalam memulai dan menjalankan usaha?	95.7%	4.3%
	Apakah Anda bersedia berinovasi dan mengembangkan produk agar lebih menarik dan dapat menjangkau berbagai segmen pasar (misalnya, anak-anak, remaja, atau orang dewasa) untuk keberlangsungan usaha anda?	78.3%	21.7%
	Apakah Anda sudah memiliki sumber daya yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha (modal, bahan baku, peralatan, dll)?	34.8%	65.2%
	Apakah Anda melakukan evaluasi atas kinerja usaha anda secara berkala untuk menjaga keberlangsungan usaha?	73.9%	26.1%
	Apakah Anda siap menghadapi tantangan dan risiko dalam menjalankan usaha?	82.6%	17.4%
INOVASI KEMASAN MODERN			
	Deskripsi	Ya	Tidak
	Apakah anda merasa produk anda memerlukan inovasi kemasan (<i>packaging</i>) untuk meningkatkan kualitas produk dan nilai jual?	65.2%	34.8%
	Apakah anda merasa mampu dan mengetahui tentang fungsi kemasan (<i>packaging</i>) dalam pemasaran produk?	43.5%	56.5%
	Apakah kemasan (<i>packaging</i>) dan desain produk menjadi komponen utama daya tarik produk anda?	43.5%	56.5%
	Apakah anda bersedia untuk berinovasi menggunakan <i>packaging</i> yang inovatif guna menarik minat pelanggan?	69.6%	30.4%
	Apakah anda berminat untuk menggunakan <i>packaging</i> yang mampu menjaga ketahanan kualitas produk, menarik, dan inovatif?	82.6%	17.4%

PEMASARAN DIGITAL		
Deskripsi	Ya	Tidak
Apakah Anda berminat menggunakan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) untuk menjalankan usaha?	78.3%	21.7%
Apakah Anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan teknologi dan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) untuk menjalankan bisnis anda?	56.5%	43.5%
Apakah Anda merasa mampu dan mengetahui pemanfaatan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) sebagai sumber inspirasi untuk menemukan ide usaha?	47.8%	52.2%
Apakah Anda merasa mampu dan mengetahui cara memasarkan produk melalui Sosial Media (<i>Platform Digital</i>)?	30.4%	69.6%
Apakah Anda merasa berwirausaha melalui Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) dapat membantu peningkatan pendapatan dan penjualan hasil produk olahan Anda?	52.2%	47.8%

Tabel 2. Hasil *Post-Test*

STRATEGI BERWIRAUSAHA		
Deskripsi	Ya	Tidak
Apakah Anda memiliki rencana atau strategi dalam memulai dan menjalankan usaha?	95.7%	4.3%
Apakah Anda bersedia berinovasi dan mengembangkan produk agar lebih menarik dan dapat menjangkau berbagai segmen pasar (misalnya, anak-anak, remaja, atau orang dewasa) untuk keberlangsungan usaha anda?	78.3%	21.7%
Apakah Anda sudah memiliki sumber daya yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha (modal, bahan baku, peralatan, dll)?	43.5%	56.5%
Apakah Anda melakukan evaluasi atas kinerja usaha anda secara berkala untuk menjaga keberlangsungan usaha?	78.3%	21.7%
Apakah Anda siap menghadapi tantangan dan risiko dalam menjalankan usaha?	87%	13%

INOVASI KEMASAN MODERN		
Deskripsi	Ya	Tidak
Apakah anda merasa produk anda memerlukan inovasi kemasan (<i>packaging</i>) untuk meningkatkan kualitas produk dan nilai jual?	73.9%	26.1%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui tentang fungsi kemasan (<i>packaging</i>) dalam pemasaran produk?	47.8%	52.2%
Apakah kemasan (<i>packaging</i>) dan desain produk menjadi komponen utama daya tarik produk anda?	73.9%	26.1%
Apakah anda bersedia untuk berinovasi menggunakan <i>packaging</i> yang inovatif guna menarik minat pelanggan?	87%	13%
Apakah anda berminat untuk menggunakan <i>packaging</i> yang mampu menjaga ketahanan kualitas produk, menarik, dan inovatif?	82.6%	17.4%

PEMASARAN DIGITAL		
Deskripsi	Ya	Tidak
Apakah Anda berminat menggunakan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) untuk menjalankan usaha?	95.7%	4.3%
Apakah Anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan teknologi dan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) untuk menjalankan bisnis anda?	78.35	21.75%
Apakah Anda merasa mampu dan mengetahui pemanfaatan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) sebagai sumber inspirasi untuk menemukan ide usaha?	73.9%	26.1%
Apakah Anda merasa mampu dan mengetahui cara memasarkan produk melalui Sosial Media (<i>Platform Digital</i>)?	69.6%	30.4%
Apakah Anda merasa berwirausaha melalui Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) dapat membantu peningkatan pendapatan dan penjualan hasil produk olahan Anda?	78.3%	21.7%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tim Pengabdian, 2025

Tabel 3. Perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test*

STRATEGI BERWIRAUSAHA				
Deskripsi	Pre-Test	Post-Test	Kenaikan	
Apakah Anda memiliki rencana atau strategi dalam memulai dan menjalankan usaha?	95.7%	95.7%	0%	
Apakah Anda bersedia berinovasi dan mengembangkan produk agar lebih menarik dan dapat menjangkau berbagai segmen pasar (misalnya, anak-anak, remaja, atau orang dewasa) untuk keberlangsungan usaha anda?	78.3%	78.3%	0%	
Apakah Anda sudah memiliki sumber daya yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha (modal, bahan baku, peralatan, dll)?	34.8%	43.5%	8.7%	
Apakah Anda melakukan evaluasi atas kinerja usaha anda secara berkala untuk menjaga keberlangsungan usaha?	73.9%	78.3%	4.4%	
Apakah Anda siap menghadapi tantangan dan risiko dalam menjalankan usaha?	82.6%	82.6%	0%	
INOVASI KEMASAN MODERN				
Deskripsi	Ya	Tidak	Kenaikan	
Apakah anda merasa produk anda memerlukan inovasi kemasan (<i>packaging</i>) untuk meningkatkan kualitas produk dan nilai jual?	65.2%	73.9%	8.7%	
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui tentang fungsi kemasan (<i>packaging</i>) dalam pemasaran produk?	43.5%	47.8%	4.3%	
Apakah kemasan (<i>packaging</i>) dan desain produk menjadi komponen utama daya tarik produk anda?	43.5%	73.9%	30.4%	
Apakah anda bersedia untuk berinovasi menggunakan <i>packaging</i> yang inovatif guna menarik minat pelanggan?	69.6%	87%	17.4%	
Apakah anda berminat untuk menggunakan <i>packaging</i> yang mampu menjaga ketahanan kualitas produk, menarik, dan inovatif?	82.6%	87%	4.4%	
PEMASARAN DIGITAL				
Deskripsi	Ya	Tidak	Kenaikan	
Apakah Anda berminat menggunakan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) untuk menjalankan usaha?	78.3%	95.7%	17.4%	
Apakah Anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan teknologi dan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) untuk menjalankan bisnis anda?	56.5%	78.3%	21%	
Apakah Anda merasa mampu dan mengetahui pemanfaatan Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) sebagai sumber inspirasi untuk menemukan ide usaha?	47.8%	73.9%	26.1%	
Apakah Anda merasa mampu dan mengetahui cara memasarkan produk melalui Sosial Media (<i>Platform Digital</i>)?	30.4%	69.6%	39.2%	
Apakah Anda merasa berwirausaha melalui Sosial Media (<i>Platform Digital</i>) dapat membantu peningkatan pendapatan dan penjualan hasil produk olahan Anda?	52.2%	78.3%	26.1%	
Rata-rata	64.29%	76.25%	14%	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tim Pengabdian, 2025

Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner dapat terlihat bahwa pengetahuan dan minat peserta yang termasuk kedalam kelompok petani dan nelayan yang tergabung dalam kelompok rumput laut terhadap kesadaran, pengetahuan dan keterampilan terkait strategi usaha, inovasi pengemasan modern dan pemasaran digital mengalami rata-rata peningkatan sebesar 14%. Kenaikan rata-rata terkait dengan strategi berwirausaha, inovasi pengemasan modern dan pemasaran digital merupakan hal yang dilatarbelakangi oleh tumbuhnya motivasi, tekad, dan rasa percaya diri untuk semakin bertumbuh, berkembang, dan inovatif dalam memanfaatkan potensi yang ada dengan semangat dan tekad kuat dalam mengembangkan potensi untuk meningkatkan taraf ekonomi yang lebih baik. Hal ini turut menunjukkan bahwa rangkaian utama acara terkait dengan sesi penyampaian materi dan workshop memberikan dampak positif terkait dengan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan peserta terhadap strategi dalam berwirausaha, inovasi pengemasan modern dan pemasaran digital. Berdasarkan dengan rekapitulasi data Pre-test dan Post-test turut menunjukkan peningkatan nilai persentase kuesioner sub point pembahasan strategi berwirausaha sebesar 6.95%, sub point pembahasan terkait pengemasan modern sebesar 13.04%, serta sub point pembahasan pemasaran digital turut mengalami peningkatan sebesar 26.12% yang secara selaras menunjukkan tingkat keberhasilan atas rangkaian acara kegiatan pengabdian desa lontar berjalan dengan baik dan turut memberikan dampak positif bagi peserta yang terlibat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Lontar, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan, minat, dan keterampilan peserta dalam hal strategi usaha, inovasi pengemasan modern, serta pemasaran digital. Secara keseluruhan, terdapat kenaikan rata-rata sebesar 14%, dari sebelumnya 64,29% pada saat *pre-test* menjadi 76,25% pada saat *post-test*. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga mampu menyerap keterampilan praktis yang diberikan selama kegiatan.

Kedua, pada aspek strategi berwirausaha terjadi peningkatan sebesar 6,95%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta semakin menyadari pentingnya memiliki rencana usaha yang jelas, berinovasi dalam produk, menyiapkan sumber daya, melakukan evaluasi usaha secara berkala, serta siap menghadapi tantangan dan risiko dalam menjalankan usaha. Ketiga, pada aspek inovasi pengemasan modern terjadi peningkatan sebesar 13,04%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta semakin memahami pentingnya inovasi kemasan untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual produk, mengetahui fungsi kemasan dalam pemasaran, serta menyadari bahwa desain kemasan berperan besar sebagai daya tarik produk. Selain itu, peserta juga menunjukkan kesiapan dan minat untuk menggunakan kemasan inovatif yang mampu menjaga ketahanan, menarik, dan bernilai jual tinggi. Terakhir, peningkatan tertinggi pada aspek pemasaran digital dengan kenaikan sebesar 26,12%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memiliki minat dan pemahaman yang lebih baik dalam memanfaatkan media sosial serta platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Peningkatan ini juga menandakan adanya kesiapan masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dalam menjalankan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian memberikan dampak positif bagi para peserta terhadap terhadap kesadaran, pengetahuan dan keterampilan terkait strategi usaha, inovasi pengemasan modern dan pemasaran digital. Dengan bertambahnya pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran, diharapkan masyarakat mampu mengembangkan potensi hasil laut secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan berkontribusi lebih besar dalam perekonomian lokal.

Conflict of Interests

Tim penulis menyatakan bahwa tidak ada potensi konflik kepentingan terkait kepengarangan dan publikasi untuk artikel ini.

REFERENCES

- Ardhanari, M., & Nugrohadhi, G. E. (2022). Pendampingan Packaging Dan Branding Pada Umkm Produk Khas Olahan Hasil Laut Di Kelurahan Sukolilo Baru–Kenjeran, Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 18.
- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, Abdul Kadir, N., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdiyana, Wahid, M., & Wahyudi, J. (2022). Metodologi pengabdian masyarakat.
- Khaerudin, D., Dewi, I. N., Gandara, G. S., Juan, T., & Putri, A. (2024). Digitalisasi UMKM dalam inovasi pemasaran produk dan pembayaran digital pada pelaku industri rumahan di Desa Kronjo Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi*, 3(3), 197-203.
- Mardatillah, A. (2024). Perilaku Inovasi Berbasis Sumber Daya: Strategi Meningkatkan Daya Saing. Poltekkes Kemenkes Malang. (n.d.). *BAB II - Tinjauan pustaka*. Perpustakaan Poltekkes Malang. Retrieved September 16, 2025
- Rosmiyati, R., Wibowo, A. S., & Saleh, K. (2022). Potensi Ekonomi Sumberdaya Mangrove Untuk Kesejahteraan Masyarakat Kampung Berangbang (Suatu Kasus Di Desa Lontar Kecamatan Tirtayasa Kabupaten Serang). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 1-10.
- Rosmiyati, R., Wibowo, A. S., & Saleh, K. (2022). Potensi Ekonomi Sumberdaya Mangrove Untuk Kesejahteraan Masyarakat Kampung Berangbang (Suatu Kasus Di Desa Lontar Kecamatan Tirtayasa Kabupaten Serang). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 1-10.
- Rusli, T. S., Boari, Y., Amelia, D. A., Rahayu, D., Setiaji, B., & Yuniwati, I. (2024). Pengantar metodologi pengabdian masyarakat. *Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Santoso, L., & Nugraha, Y. T. (2008). The Controlling of Ice-Ice Diseases to Increase Seaweeds Production in Indonesia. *Saintek Perikanan*, 3(2), 37–43.
- Sau, T., & Darwis, D. (2023). Pengolahan Rumput Laut Menjadi Produk Makanan Sehat Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga. *Dedikasi*, 25(2), 213–218. <https://doi.org/10.26858/dedikasi.v25i2.58152>
- Sudaryat, Y. (2023). Manajemen Pelatihan. *Jurnal Aktualita*, 9(1), 32–47.
- Suhara, I. A., & ST, M. *METODE PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Teori dan Praktik*. Penerbit Widina.
- Suihah, B. (2022). Di Desa Lontar, Harga Rumput Laut Anjlok. *Di Desa Lontar, Harga Rumput Laut Anjlok*. <https://www.harianexpose.com/2022/12/15/di-desa-lontar-harga-rumput-laut-rp-1-500-per-kg/pertanian/41067/>
- Ulum, I. F. (2025). Dampak globalisasi terhadap pola hidup masyarakat di era digital. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(7), 477-485.
- Zunaidi. (2024). *METODOLOGI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Pendekatan* (Vol. 17).