



Empowering the Domas Community Through Innovation in Processed Payus Fish Products and Optimization of Digital Marketing in the Creative Economy Era

Peningkatan Masyarakat Domas Melalui Inovasi Produk Olahan Ikan Payus dan Optimalisasi Pemasaran Digital di Era Ekonomi Kreatif

Syifa Fajar Maulani^{1,*}, Wafa Nurul Hakim², Azwin Jahid Al Farizhi³, Shoimah Annisa Ramadhani⁴, Muhammad Rizky⁵, Siti Kurotul Ainiah⁶, Faishal Sauqi Ramadhani⁷

Published online: 30 May 2026

ABSTRACT

The coastal region of Banten Province possesses significant potential in the fisheries sector, particularly in Domas Village, Serang District, known for its Payus fish production. However, limited innovation in processing catches has resulted in low market value for the fish, while many fishing families rely entirely on unpredictable ocean yields due to weather factors. In response to this situation, students from the Marine Logistics Student Association (HIMALOKA) at the Indonesian Education University conducted community service activities aimed at enhancing entrepreneurial skills and economic independence among fishermen's wives. Through training on processing Payus fish into Crispy Bontot (CRISBON) products, participants were introduced to product innovation processes, attractive packaging techniques, and digital marketing strategies to expand market reach. This initiative employed a Participatory Action Research (PAR) approach, actively involving the community from planning to evaluation stages. The results indicated an improvement in participants' skills in entrepreneurship, product innovation, packaging, and digital marketing, with the highest increase observed in digital marketing skills at 12.18%, demonstrating that participants began to leverage technology as a means of promotion and business development. Overall, this initiative positively contributed to the empowerment of coastal women through skill enhancement and economic independence based on local potential, while also supporting the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) related to poverty alleviation and economic growth.

Keywords: Coastal Economy; Product Innovation; Entrepreneurship; Product Packaging; Women's Empowerment; Sustainable Development

Abstrak. Wilayah pesisir Provinsi Banten memiliki potensi besar dalam sektor perikanan, terutama di Desa Domas, Kabupaten Serang, yang dikenal sebagai penghasil ikan Payus. Namun, keterbatasan inovasi dalam pengolahan hasil tangkapan menyebabkan nilai jual ikan masih rendah, sementara sebagian besar keluarga nelayan bergantung sepenuhnya pada hasil laut yang tidak menentu akibat faktor cuaca. Melihat kondisi tersebut, Mahasiswa Himpunan Mahasiswa Logistik Kelautan (HIMALOKA) Universitas Pendidikan Indonesia melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan kemandirian ekonomi istri nelayan. Melalui pelatihan pengolahan ikan Payus menjadi produk *Crispy Bontot* (CRISBON), peserta diperkenalkan pada proses inovasi produk, teknik pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang melibatkan masyarakat secara aktif mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta pada aspek kewirausahaan, inovasi produk, kemasan, dan pemasaran digital. Peningkatan tertinggi dicapai pada kemampuan pemasaran digital sebesar 12,18%, menunjukkan bahwa peserta mulai mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi positif terhadap pemberdayaan perempuan pesisir melalui peningkatan keterampilan dan kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal, sekaligus mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) mengenai pengentasan kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi.

^{1*-7} Logistik Kelautan, Kampus Daerah Serang, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

*) *corresponding author*

Kata kunci: Ekonomi Pesisir; Inovasi Produk; Kewirausahaan; Pengemasan Produk; Pemberdayaan Perempuan; Pembangunan Berkelanjutan

Syifa Fajar Maulani
Email: syifa.fajar@upi.edu

PENDAHULUAN

Menurut Maulani *et al* (2025) potensi sumber daya perikanan di wilayah pesisir dan perairan laut Provinsi Banten menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan sekaligus pemulihan ekonomi nasional. Letak geografis Banten yang strategis dikelilingi oleh lautan luas dengan kondisi oseanografi yang khas menjadikannya memiliki kekayaan perikanan yang melimpah. Wilayah ini berbatasan langsung dengan Laut Jawa di sisi utara, Samudra Hindia di bagian selatan, serta Selat Sunda di sebelah barat, yang seluruhnya memberikan kontribusi besar terhadap sektor perikanan daerah (Irnawati *et al.*, 2020).

Berdasarkan data Katadata.co.id (2020), total hasil tangkapan ikan di Provinsi Banten mencapai sekitar 6,2 juta ton, dengan sebagian besar produksi berasal dari wilayah pesisir Kabupaten dan Kota Serang. Di Desa Domas, Kabupaten Serang, jenis ikan yang paling sering ditangkap oleh nelayan adalah ikan Payus. Selama ini, hasil tangkapan tersebut umumnya hanya diolah menjadi produk sederhana seperti bontot, yang memiliki daya tahan relatif singkat. Padahal, apabila ikan Payus diolah menjadi produk kering seperti basreng ikan, maka ketahanannya dapat meningkat sekaligus menambah nilai jual.

Selain itu, berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maulani *et al* (2025) sebagian besar istri nelayan di Desa Domas berperan sebagai ibu rumah tangga yang sepenuhnya bergantung pada pendapatan dari hasil tangkapan suaminya. Ketika kondisi cuaca tidak mendukung, aktivitas melaut pun terhenti sehingga pendapatan keluarga menjadi tidak stabil. Menurut Latukau (2021), masyarakat pesisir umumnya memiliki karakteristik sosial ekonomi yang bergantung pada pemanfaatan sumber daya alam, dengan mata pencaharian utama sebagai nelayan, petani, penambang pasir, pekerja transportasi laut, serta sektor pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan upaya solutif yang dapat mendorong keluarga nelayan, khususnya para istri, untuk memiliki kegiatan produktif yang mampu memberikan tambahan penghasilan bagi keluarga.

Berdasarkan potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh mitra serta pengetahuan dan teknologi yang dapat diterapkan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, HIMALOKA Universitas Pendidikan Indonesia, kami melaksanakan kegiatan dalam bentuk seminar dan pelatihan mengenai pengolahan ikan Payus menjadi produk bernilai ekonomi tinggi, yaitu *CRISBON* (Crispy Bontot). Produk ini memiliki keunikan karena biasanya ikan Payus hanya diolah menjadi bontot dengan daya tahan yang relatif singkat. Melalui inovasi pengolahan menjadi produk kering dan renyah, *CRISBON* mampu bertahan lebih lama dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu, kegiatan ini juga memperkenalkan teknologi pengemasan yang baik dan tahan lama sehingga produk dapat dipasarkan tidak hanya di lingkungan sekitar, tetapi juga secara daring ke berbagai daerah lain.

Selain itu, dikarenakan potensi limbah cangkang kerang yang melimpah di desa mitra, tim pengabdian kepada masyarakat HIMALOKA Universitas Pendidikan Indonesia juga melaksanakan *workshop* bagi para pengusaha kerang mengenai pengolahan limbah kerang menjadi produk bernilai guna, yaitu pupuk organik. Menurut Sabila, L. T. (2025) cangkang kerang hijau (*Perna viridis*) merupakan salah satu bahan organik laut yang kaya akan kandungan kalsium karbonat (CaCO_3) serta berbagai mineral penting yang dibutuhkan oleh tanaman. Kandungan kalsium yang tinggi pada kerang hijau dapat dimanfaatkan sebagai pengganti dolomit untuk membantu meningkatkan pH pada tanah yang bersifat masam sekaligus memperbaiki tingkat kesuburan tanah.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada peserta dalam mengolah limbah cangkang kerang agar bernilai guna bagi sektor pertanian, serta mengembangkan ikan Payus menjadi produk olahan inovatif berupa *CRISBON* (Crispy Bontot). Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Maulani *et al* (2025) tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan peran perempuan, khususnya para istri nelayan, dalam mendukung perekonomian keluarga melalui pelatihan kewirausahaan berbasis pemanfaatan sumber daya lokal. Dengan peningkatan keterampilan dan pendapatan, keluarga nelayan tidak lagi sepenuhnya bergantung pada hasil tangkapan suami. Peningkatan ekonomi keluarga diharapkan dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan sebagaimana sejalan dengan *Sustainable Development*

Goals (SDGs) nomor 1 tentang pengentasan kemiskinan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan sesuai dengan SDGs nomor 8.

BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Menurut (Rif'an Luthfi et al., 2024), PAR merupakan pendekatan yang prosesnya bertujuan untuk pembelajaran dalam mengatasi masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan ini berupa sosialisasi dan pelatihan terkait inovasi produk, pengemasan, serta pemasaran digital.

Terdapat empat tahapan dalam metode PAR yaitu perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi (Azami et al., 2025). Berikut rincian tahapan metode PAR dalam pengabdian kepada masyarakat ini:

Perencanaan

Tahap pertama yaitu perencanaan, diawali dengan kegiatan identifikasi masalah dan potensi wilayah melalui observasi langsung ke Desa Domas, serta wawancara dengan pelaku usaha bontot dan pengepul kerang. Informasi yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara tersebut menjadi dasar bagi tim pengabdian dalam merancang aksi kegiatan yang akan dilaksanakan, diantaranya penentuan inovasi produk yang relevan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, perencanaan strategi pemasaran agar produk lebih menarik dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas, serta perancangan pengemasan yang lebih aman dan layak untuk proses pengiriman ke luar daerah. Selain itu, dilakukan pula penyusunan materi yang akan disampaikan serta persiapan alat dan bahan yang diperlukan selama kegiatan pematieran dan workshop.

Pelaksanaan

Tahap kedua yaitu pelaksanaan, pada tahap ini kegiatan dilakukan sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Tim pengabdian bersama masyarakat Desa Domas melaksanakan kegiatan yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam pengembangan inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengemasan yang lebih modern serta aman. Kegiatan pelaksanaan diawali dengan pengisian *pre-test* untuk mengukur sejauh mana pemahaman masyarakat terkait inovasi, pengemasan, dan pemasaran produk. Selanjutnya pematieran mengenai pentingnya inovasi dan strategi pemasaran digital bagi pengembangan usaha lokal. Setelah itu, dilakukan sesi praktik atau *workshop* yang melibatkan peserta secara langsung untuk menerapkan materi yang telah disampaikan, seperti praktik pembuatan inovasi produk, pengemasan yang menarik dan higienis, serta praktik penggunaan media digital untuk promosi dan pemasaran produk. Selama proses pelaksanaan, tim pengabdian turut memberikan arahan agar peserta memahami serta mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

Evaluasi

Tahap terakhir yaitu evaluasi, tahap ini dilakukan melalui pelaksanaan *post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Hasil *post-test* kemudian dibandingkan dengan hasil *pre-test* guna mengetahui sejauh mana terjadi peningkatan pada aspek inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran digital. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi langsung dan umpan balik dari peserta terkait pelaksanaan kegiatan, materi yang diberikan, serta manfaat yang dirasakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini juga menekankan pada pengembangan inovasi produk. Menurut Yanuar dan Harti (2020), inovasi adalah memodifikasi atau memperbaiki produk yang ada menjadi produk yang lebih baik. Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga hari. Pada hari pertama, kegiatan diawali dengan sosialisasi kepada masyarakat setempat mengenai tujuan dan manfaat program. Selanjutnya, pada hari kedua dilaksanakan workshop inovasi produk olahan bontot, yaitu CRISBON (Crispy Bontot). Produk ini merupakan hasil olahan bontot yang dipotong, kemudian diolah menjadi keripik dengan cita rasa manis pedas dan dikemas secara menarik agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Sebelumnya, produk bontot hanya dapat bertahan sekitar tiga hari pada suhu ruang, sehingga daya jualnya terbatas. Menurut Hubeis (2019), diversifikasi produk pangan olahan dapat meningkatkan umur simpan serta memperluas pangsa pasar. Melalui inovasi pengolahan menjadi CRISBON, daya tahan produk meningkat hingga sekitar tujuh hari, sekaligus menambah nilai ekonomi dan daya saing produk bontot di pasaran.

Pada hari ketiga, kegiatan difokuskan pada workshop bagi para pengusaha kerang mengenai pemanfaatan limbah cangkang kerang menjadi pupuk. Proses pengolahannya meliputi tahap pembersihan cangkang kerang, pengeringan hingga benar-benar kering, penumbukan, dan penghalusan menggunakan blender. Setelah menjadi serbuk halus, bahan tersebut kemudian diayak hingga diperoleh tepung kerang yang siap digunakan sebagai bahan pupuk.

Menurut Elfarisna (2023), cangkang kerang hijau mengandung nitrogen, fosfor, dan kalsium yang dapat menambahkan bahan organik serta memperbaiki kualitas tanah. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh permasalahan limbah cangkang kerang di Desa Domas yang selama ini menumpuk di pinggir jalan dan belum dimanfaatkan kembali. Kondisi tersebut tidak hanya mengganggu kebersihan lingkungan, tetapi juga menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat, seperti sering menyebabkan ban kendaraan bocor akibat serpihan cangkang yang tajam. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat dapat mengelola limbah kerang secara produktif sehingga memberikan nilai tambah sekaligus mengurangi permasalahan lingkungan.

Untuk mengetahui efektivitas kegiatan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah limbah kerang, dilakukan penyebaran kuesioner pre-test sebelum kegiatan dan post-test setelah kegiatan berlangsung. Hasil pengisian kuesioner pre-test disajikan pada Tabel 1, sedangkan hasil post-test dapat dilihat pada Tabel 2. Selanjutnya, Tabel 3 menampilkan perbandingan antara hasil pre-test dan post-test untuk menunjukkan perubahan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan workshop.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Pre-test

Indikator Pertanyaan	BERWIRUSAHA	
	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah anda memiliki keterampilan dan motivasi untuk memulai dan menjalankan usaha?	95.2%	4.8%
Apakah anda memiliki keterampilan yang cukup untuk memulai usaha?	76.2%	23.8%
Apakah anda memiliki sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha (modal, bahan baku, peralatan, dll)?	52.4%	47.6%
Apakah anda memiliki rencana atau strategi awal untuk memulai usaha?	85.7%	14.3%
Apakah anda siap menghadapi tantangan dan risiko dalam menjalankan usaha?	90.5%	9.5%
Rata-rata	79.8%	20%

INOVASI PRODUK		
Apakah anda memiliki ide baru untuk menciptakan produk yang berbedadari yang sudah ada di pasaran?	57.1%	42.9%
Apakah anda bersedia berinovasi dalam mengubah produk agar lebih menarik bagi pelanggan?	85.7%	14.3%
Apakah anda ingin mengembangkan produk yang disukai atau dapat dinikmati oleh berbagai segmen pasar (misalnya anak-anak, remaja, atau orang dewasa)?	90.5%	9.5%
Apakah anda bersedia untuk mencoba bahan baku baru dalam proses pengembangan produk?	71.4%	28.6%
Apakah anda bersedia mencoba metode produksi baru untuk meningkatkan kualitas produk?	81%	19%
Rata-rata	77.14%	22.86%
INOVASI PACKAGING		
Apakah anda merasa produk memerlukan inovasi kemasan (packaging) untuk meningkatkan kualitas produk dan nilai jual?	85.7%	14.3%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui tentang fungsi kemasan (packaging) dalam pemasaran produk?	71.4%	28.6%
Apakah kemasan (packaging) dan desain produk menjadi komponen utama daya tarik produk anda?	61.9%	38.1%
Apakah anda bersedia untuk berinovasi menggunakan packaging yang inovatif guna menarik minat pelanggan?	85.7%	14.3%
Apakah anda berminat untuk menggunakan packaging yang mampu menjaga ketahanan kualitas produk, menarik, dan inovatif?	85.7%	14.3%
Rata-rata	78.08%	21.92%
PEMASARAN DIGITAL		
Apakah anda berminat menggunakan Sosial Media (Platform Digital) untuk menjalankan usaha?	85.7%	14.3%
Apakah anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan teknologi dan Sosial Media (Platform Digital) untuk menjalankan bisnis anda?	47.6%	28.6%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai sumber inspirasi untuk menemukan ide usaha?	57.1%	42.9%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui cara memasarkan produk melalui sosial media?	71.4%	28.6%
Apakah anda merasa berwirausaha melalui media sosial dapat membantu peningkatan pendapatan dan penjualan hasil produk olahan anda?	81%	14.3%
Rata-rata	68.76%	25.74%

Berdasarkan hasil kuesioner pre-test pada Tabel 1, aspek berwirausaha menunjukkan rata-rata jawaban “Ya” sebesar 79,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki motivasi dan kesiapan yang baik untuk memulai usaha. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada motivasi dan kesiapan menghadapi tantangan, masing-masing 95,2% dan 90,5%, sedangkan indikator dengan nilai terendah adalah ketersediaan sumber daya (modal, bahan baku, dan peralatan) sebesar 52,4%. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara mental peserta cukup siap untuk berwirausaha, namun masih menghadapi keterbatasan sumber daya yang menjadi hambatan utama dalam implementasi usaha.

Pada aspek inovasi produk, rata-rata jawaban “Ya” mencapai 77,14%. Sebagian besar peserta menunjukkan minat terhadap pengembangan dan pembaruan produk, dengan nilai tertinggi pada indikator keinginan mengembangkan produk yang dapat diterima berbagai segmen pasar sebesar 90,5%. Namun, hanya 57,1% responden yang memiliki ide baru untuk menciptakan produk berbeda dari yang sudah ada di pasaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa peserta memiliki keinginan untuk berinovasi tetapi masih membutuhkan peningkatan dalam kemampuan kreatif dan pengembangan ide produk.

Aspek inovasi packaging memperoleh rata-rata 78,08%, menandakan bahwa kesadaran peserta terhadap pentingnya kemasan cukup baik. Sebanyak 85,7% responden menilai bahwa kemasan perlu dikembangkan secara inovatif, namun masih terdapat 38,1% yang belum memahami peran kemasan sebagai elemen penting dalam daya tarik produk. Hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai fungsi kemasan dalam strategi pemasaran visual masih perlu diperkuat.

Sementara itu, aspek pemasaran digital memiliki rata-rata terendah, yaitu 68,76%. Meskipun 85,7% responden berminat menggunakan media sosial untuk usaha, hanya 47,6% yang merasa memiliki keterampilan yang cukup dalam mengelola platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan peserta dalam literasi digital dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran masih terbatas. Secara umum, hasil pre-test menggambarkan bahwa peserta telah memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi, namun masih memerlukan penguatan pada aspek inovasi produk, desain kemasan, dan keterampilan pemasaran digital agar dapat mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Tabel 2. Hasil Post-test

BERWIRAUSAHA		
Indikator Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Apakah anda memiliki keterampilan dan motivasi untuk memulai dan menjalankan usaha?	100%	0%
Apakah anda memiliki keterampilan yang cukup untuk memulai usaha?	90.5%	9.5%
Apakah anda memiliki sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha (modal, bahan baku, peralatan, dll)?	66.7%	33.3%
Apakah anda memiliki rencana atau strategi awal untuk memulai usaha?	95.2%	4.8%
Apakah anda siap menghadapi tantangan dan risiko dalam menjalankan usaha?	100%	0%
Rata-rata	90.48%	9.52%
INOVASI PRODUK		
Apakah anda memiliki ide baru untuk menciptakan produk yang berbeda dari yang sudah ada di pasaran?	81%	19%
Apakah anda bersedia berinovasi dalam mengubah produk agar lebih menarik bagi pelanggan?	90.5%	9.5%
Apakah anda ingin mengembangkan produk yang disukai atau dapat dinikmati oleh berbagai segmen pasar (misalnya anak-anak, remaja, atau orang dewasa)?	95.2%	4.8%
Apakah anda bersedia untuk mencoba bahan baku baru dalam proses pengembangan produk?	85.7%	14.3%
Apakah anda bersedia mencoba metode produksi baru untuk meningkatkan kualitas produk?	85.7%	4.3%
Rata-rata	88%	12%

INOVASI PACKAGING		
Apakah anda merasa produk memerlukan inovasi kemasan (packaging) untuk meningkatkan kualitas produk dan nilai jual?	85.7%	14.3%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui tentang fungsi kemasan (packaging) dalam pemasaran produk?	85.7%	14.3%
Apakah kemasan (packaging) dan desain produk menjadi komponen utama daya tarik produk anda?	85.7%	14.3%
Apakah anda bersedia untuk berinovasi menggunakan packaging yang inovatif guna menarik minat pelanggan?	85.7%	14.3%
Apakah anda berminat untuk menggunakan packaging yang mampu menjaga ketahanan kualitas produk, menarik, dan inovatif?	95.2%	4.8%
Rata-rata	87.6%	12.4%
PEMASARAN DIGITAL		
Apakah anda berminat menggunakan Sosial Media (Platform Digital) untuk menjalankan usaha?	95.2%	4.8%
Apakah anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan teknologi dan Sosial Media (Platform Digital) untuk menjalankan bisnis anda?	71.4%	28.6%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai sumber inspirasi untuk menemukan ide usaha?	81%	19%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui cara memasarkan produk melalui sosial media?	71.4%	28.6%
Apakah anda merasa berwirausaha melalui media sosial dapat membantu peningkatan pendapatan dan penjualan hasil produk olahan anda?	85.7%	14.3%
Rata-rata	80.94%	19.06%

Berdasarkan hasil kuisioner post-test pada Tabel 2, terlihat peningkatan signifikan pada seluruh aspek kewirausahaan, inovasi produk, inovasi kemasan, dan pemasaran digital. Pada aspek berwirausaha, seluruh responden (100%) menyatakan memiliki keterampilan dan motivasi untuk memulai usaha, serta kesiapan menghadapi risiko. Hal ini menunjukkan peningkatan kesiapan mental dan kemampuan dasar kewirausahaan setelah pelatihan. Namun, aspek ketersediaan sumber daya masih menjadi kendala dengan persentase 66,7%, menandakan perlunya dukungan modal dan fasilitas bagi peserta.

Pada aspek inovasi produk, mayoritas responden (rata-rata 88%) menunjukkan kesiapan untuk berinovasi melalui pengembangan ide baru, peningkatan kualitas produk, dan eksplorasi bahan baku lokal. Hal ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya inovasi dalam menjaga daya saing produk di pasar. Aspek inovasi kemasan juga mengalami peningkatan dengan rata-rata 87,6%. Peserta menunjukkan kesadaran tinggi terhadap peran kemasan sebagai elemen penting dalam menarik minat konsumen dan menjaga kualitas produk. Kesadaran ini mencerminkan pemahaman bahwa inovasi tidak hanya pada produk, tetapi juga pada nilai tambah visual dan fungsional.

Sementara itu, pada aspek pemasaran digital, rata-rata capaian sebesar 80,9% menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memahami manfaat penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Meskipun demikian, kemampuan teknis dalam memanfaatkan platform digital masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal strategi pemasaran dan pengelolaan konten.

Secara keseluruhan, hasil post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan dan kesiapan peserta dalam aspek kewirausahaan dan inovasi. Hal ini menandakan bahwa kegiatan pelatihan berhasil

memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan orientasi kewirausahaan peserta, meskipun masih diperlukan penguatan dalam aspek sumber daya dan kemampuan digital.

Tabel 3. Hasil Perbandingan Kuesioner

BERWIRAUSAHA				
Indikator Pertanyaan	Pre-test	Post-test	Kenaikan	
Apakah anda memiliki keterampilan dan motivasi untuk memulai dan menjalankan usaha?	95.2%	100%	4.8%	
Apakah anda memiliki keterampilan yang cukup untuk memulai usaha?	76.2%	90.5%	14.30%	
Apakah anda memiliki sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha (modal, bahan baku, peralatan, dll)?	52.4%	66.7%	14.30%	
Apakah anda memiliki rencana atau strategi awal untuk memulai usaha?	85.7%	95.2%	9.50%	
Apakah anda siap menghadapi tantangan dan risiko dalam menjalankan usaha?	90.5%	100%	9.50%	
Rata-rata	79.8%	90.48%	10.68%	
INOVASI PRODUK				
Indikator Pertanyaan	Pre-test	Post-test	Kenaikan	
Apakah anda memiliki ide baru untuk menciptakan produk yang berbedadari yang sudah ada di pasaran?	57.1%	81%	23.9%	
Apakah anda bersedia berinovasi dalam mengubah produk agar lebih menarik bagi pelanggan?	85.7%	90.5%	4.80%	
Apakah anda ingin mengembangkan produk yang disukai atau dapat dinikmati oleh berbagai segmen pasar (misalnya anak-anak, remaja, atau orang dewasa)?	90.5%	95.2%	4.70%	
Apakah anda bersedia untuk mencoba bahan baku baru dalam proses pengembangan produk?	71.4%	85.7%	14.30%	
Apakah anda bersedia mencoba metode produksi baru untuk meningkatkan kualitas produk?	81%	85.7%	4.70%	
Rata-rata	77.14%	88%	10.86%	
INOVASI PACKAGING				
Indikator Pertanyaan	Pre-test	Post-test	Kenaikan	
Apakah anda merasa produk memerlukan inovasi kemasan (packaging) untuk meningkatkan kualitas produk dan nilai jual?	85.7%	85.7%	0.00%	
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui tentang fungsi kemasan (packaging) dalam pemasaran produk?	71.4%	85.7%	14.30%	
Apakah kemasan (packaging) dan desain produk menjadi komponen utama daya tarik produk anda?	61.9%	85.7%	23.80%	
Apakah anda bersedia untuk berinovasi menggunakan packaging yang inovatif guna menarik minat pelanggan?	85.7%	85.7%	0.00%	

Apakah anda berminat untuk menggunakan packaging yang mampu menjaga ketahanan kualitas produk, menarik, dan inovatif?	85.7%	95.2%	9.50%
Rata-rata	78.08%	87.6%	9.52%
PEMASARAN DIGITAL			
Indikator Pertanyaan	Pre-test	Post-test	Kenaikan
Apakah anda berminat menggunakan Sosial Media (Platform Digital) untuk menjalankan usaha?	85.7%	95.2%	9.50%
Apakah anda merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan teknologi dan Sosial Media (Platform Digital) untuk menjalankan bisnis anda?	47.6%	71.4%	23.80%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai sumber inspirasi untuk menemukan ide usaha?	57.1%	81%	23.9%
Apakah anda merasa mampu dan mengetahui cara memasarkan produk melalui sosial media?	71.4%	71.4%	0.00%
Apakah anda merasa berwirausaha melalui media sosial dapat membantu peningkatan pendapatan dan penjualan hasil produk olahan anda?	81%	85.7%	4.7%
Rata-rata	68.76%	80.94%	12.18%

Hasil perbandingan kuesioner menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta pada seluruh aspek, meliputi berwirausaha, inovasi produk, inovasi kemasan, dan pemasaran digital. Aspek berwirausaha mengalami peningkatan rata-rata sebesar 10,68%, terutama pada kesiapan sumber daya dan keterampilan memulai usaha sebesar 14,3%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu memperkuat motivasi dan kemampuan dasar peserta dalam mengelola usaha, meskipun masih diperlukan dukungan dalam hal permodalan. Aspek inovasi produk dan kemasan juga mengalami kenaikan masing-masing sebesar 10,86% dan 9,52%, menandakan peningkatan kreativitas peserta dalam menciptakan produk baru dan memahami pentingnya kemasan sebagai strategi daya tarik pasar.

Aspek pemasaran digital menunjukkan peningkatan tertinggi dengan rata-rata 12,18%, terutama pada keterampilan penggunaan media sosial dan pemanfaatannya sebagai sumber inspirasi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa peserta semakin adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mampu mengintegrasikan platform digital dalam kegiatan pemasaran produk. Secara keseluruhan, pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan, di mana peserta tidak hanya lebih siap memulai usaha tetapi juga lebih inovatif dan responsif terhadap peluang pasar berbasis digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa Himpunan Mahasiswa Logistik Kelautan Universitas Pendidikan Indonesia di Desa Domas, Kabupaten Serang, telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas ekonomi dan sosial masyarakat pesisir. Melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), kegiatan ini berhasil menciptakan proses pembelajaran yang partisipatif, di mana masyarakat sebagai subjek dalam tahapan kegiatannya. Pelatihan yang difokuskan pada inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran digital mampu meningkatkan keterampilan kewirausahaan para peserta, khususnya perempuan istri nelayan yang sebelumnya belum memiliki aktivitas ekonomi produktif.

Hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada seluruh aspek kompetensi peserta. Aspek kewirausahaan meningkat sebesar 10,68%, inovasi produk sebesar 10,86%, inovasi kemasan sebesar 9,52%, dan kemampuan pemasaran digital meningkat paling tinggi sebesar 12,18%. Peningkatan ini menunjukkan keberhasilan kegiatan dalam memperkuat motivasi, pengetahuan, serta keterampilan peserta untuk mengembangkan usaha berbasis sumber daya lokal. Produk inovatif Crispy Bontot (CRISBON) dan Pupuk Organik yang dihasilkan menjadi bukti konkret bahwa hasil laut seperti ikan Payus dapat diolah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi dengan daya saing di pasar lokal maupun digital.

Selain dampak ekonomi, kegiatan ini juga memiliki dampak sosial yang penting, yaitu meningkatnya peran perempuan pesisir dalam kegiatan ekonomi keluarga. Pemberdayaan ini berimplikasi pada terbentuknya kemandirian finansial dan penguatan posisi perempuan dalam pengambilan keputusan rumah tangga. Program ini sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan yang berusaha melibatkan semua kelompok masyarakat, mendorong kesetaraan peran perempuan, dan mengurangi kemiskinan.

Dari hasil kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat tidak hanya ditentukan oleh materi pelatihan, tetapi juga oleh keterlibatan aktif masyarakat, relevansi program dengan kebutuhan lokal, serta keberlanjutan pendampingan pasca-pelatihan. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan dan kolaborasi dengan lembaga pemerintah atau swasta untuk mendukung pemasaran produk serta penguatan akses permodalan. Dengan langkah tersebut, diharapkan inovasi lokal seperti CRISBON dapat berkembang menjadi usaha mandiri yang berkelanjutan dan menjadi model pemberdayaan ekonomi pesisir di daerah lain.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan kolaboratif berbasis potensi lokal merupakan strategi efektif dalam membangun ketahanan ekonomi masyarakat pesisir. Peningkatan kapasitas kewirausahaan perempuan melalui pelatihan inovatif tidak hanya mendorong kemandirian keluarga nelayan, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin 1 tentang pengentasan kemiskinan, poin 5 tentang kesetaraan gender, dan poin 8 tentang pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH.

Tim pelaksana kegiatan mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses perencanaan hingga pelaporan kegiatan. Selain itu, apresiasi juga disampaikan kepada Saudara Muhammad Raffi Alfiansyah Sondakh selaku owner Little Briquette, dan Saudara Wildan Ali Raihan, selaku owner Enna'e atas dukungan sponsor yang telah diberikan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Penghargaan yang sebesar-besarnya diberikan kepada Desa Domas, Kabupaten Serang, serta seluruh peserta pelatihan, khususnya para istri nelayan, atas partisipasi aktif dan antusiasme mereka. Terima kasih juga kepada Himpunan Mahasiswa Logistik Kelautan (HIMALOKA) yang telah bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan ini. Dukungan dan kolaborasi dari seluruh pihak menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini sebagai bentuk nyata pemberdayaan masyarakat pesisir melalui peningkatan kapasitas kewirausahaan berbasis potensi lokal.

Conflict of Interests

The authors declared that no potential conflicts of interest with respect to the authorship and publication of this article.

REFERENCES

- Azami, Y. S. S., Nurlaela, S., & Euriga, E. (2025). Pendampingan Kelompok Tani Kawasan Perkotaan Berbasis PAR dalam Kegiatan Pengelolaan Sampah Organik. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 98–108. <https://doi.org/10.24036/abdi.v7i1.1034>
- Rif'an Luthfi, Nailly Qurota A'yuni, Setiorini Rahma Safitri, Ahmad Satriya, Rahmawati Febriyantika, & Agung Prasetyo Putra. (2024). Program Pengabdian Kepada Masyarakat: Metode Fun-Counseling Dan Outbound Sebagai Media Pembelajaran Dan Pembentukan Karakter Anak Di Desa Rowoboni Tahun 2024. *Varia Humanika*, 5(2), 1–7. <https://doi.org/10.15294/vh.v5i2.15>
- Databoks.katadata 2020 URL : <https://serangkab.bps.go.id/indicator/56/57/1/produksi-dan-nilai-penangkapan-ikan-di-laut-menurut-jenis-ikan-di-kabupaten-serang.html> , diakses pada tanggal 18 Oktober 2025.
- Irnawati, R., Surilayani, D., Susanto, A., Rahmawati, A., Munandar, A., Sari, R., & Nurdin, H. S. (2020). Analisis Penentuan Lokasi Basis Perikanan Teri dan Jalur Pemasarannya di Provinsi Banten. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 15(2), 159-168.
- Latukau, F., Amin, D., & Huapea, M. K. (2021). Perekonomian Masyarakat Pesisir Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Negeri Morella). *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(02).
- Maulani, S. F., Nirmala, I., Tsani, R. R., Rizky, M., Handayani, M., Hakim, W. N., & Ainiah, S. K. (2025). Inovasi Usaha Kecil Istri Nelayan sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Pesisir [Innovation in Small Businesses Run by Fishermen's Wives as a Strategy for Empowering the Economic Welfare of Coastal Families]. *Indonesia Berdaya*, 6(3), 841-850.
- Sabila, L. T. (2025). *Respons pertumbuhan dan Hasil tanaman terung ungu (Solanum melongena L.) terhadap pemberian pupuk organik padat cangkang kerang hijau pada tanah masam* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

This page has been intentionally left blank