



Penguatan UMKM melalui Pengembangan Produk dan Strategi Pemasaran Pempek dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

Hapsawati Taan¹⁾, Adenia Safira²⁾, Nurul Aliyah Abdullah³⁾, Vinsi Mawar Sakila⁴⁾, Nadiyanawaty Thalib⁵⁾, Aliyanti Lihawa⁶⁾, Moh. Sharul Kani⁷⁾, Suci Fadhila Iman Djafar⁸⁾

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman, No. 6 Kota Gorontalo, Gorontalo 96128, Indonesia

E-mail: hapsawatitaan@ung.ac.id

Article History:

Received: 24-05-2026

Revised: 27-06-2026

Accepted: 27-06-2026

Keywords: *UMKM, pempek, ikan tenggiri, inovasi produk, pemasaran, Desa Tunggulo.*

Abstract: *Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat Desa Tunggulo tentang inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis potensi perikanan lokal. Kebaruan kegiatan terletak pada pengenalan pempek ikan tenggiri dengan penambahan kentang sebagai upaya diversifikasi produk dan peningkatan nilai tambah. Metode yang digunakan berupa penyuluhan dan diskusi interaktif mengenai pengolahan produk, kualitas bahan baku, dan pemasaran online maupun offline. Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipatif terhadap keterlibatan peserta selama kegiatan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan ikan tenggiri sebagai produk bernilai ekonomi, pentingnya inovasi produk, serta strategi pemasaran untuk pengembangan usaha. Kegiatan ini mengindikasikan bahwa penguatan kapasitas masyarakat melalui edukasi dapat mendukung pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. Implikasinya, program serupa dapat menjadi bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi desa berbasis sumber daya perikanan.*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian Indonesia, selain berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, UMKM juga menjadi penggerak ekonomi masyarakat di tingkat lokal serta berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga. Keberadaan UMKM terbukti mampu memperkuat struktur perekonomian nasional karena memiliki daya tahan yang relatif baik terhadap perubahan kondisi ekonomi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu strategi yang penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan sehingga dapat mengurangi angka pengangguran (Suci, 2017).

Desa Tunggulo memiliki potensi sumber daya perikanan yang cukup besar yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku produk pangan bernilai tambah. Salah satu komoditas yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah ikan tenggiri yang selama ini hanya dijual dalam bentuk ikan segar. Padahal, pengolahan ikan menjadi produk pangan siap konsumsi dapat meningkatkan nilai ekonomi produk sekaligus memperluas peluang usaha masyarakat. Salah satu produk olahan yang memiliki prospek pasar cukup luas adalah pempek, yaitu makanan berbahan dasar ikan dan tepung tapioka yang berasal dari Sumatera Selatan dan telah

berkembang menjadi salah satu produk pangan yang dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Menurut Martini (2018), pempek merupakan salah satu produk pangan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk UMKM karena memiliki pasar yang luas dan diterima oleh berbagai kalangan konsumen.

Meskipun memiliki potensi bahan baku yang memadai, masyarakat Desa Tunggulo masih menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan usaha berbasis hasil perikanan. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan masyarakat, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki keterampilan yang memadai dalam melakukan inovasi produk, pengolahan bahan baku yang memenuhi standar mutu, serta pemasaran produk secara efektif. Produk yang dihasilkan masih memiliki variasi yang terbatas dan dipasarkan dalam skala lokal sehingga daya saingnya relatif rendah. Kondisi ini menyebabkan potensi ekonomi dari sumber daya perikanan yang tersedia belum dimanfaatkan secara optimal.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas bahan baku dan inovasi produk memiliki peran penting dalam meningkatkan mutu produk olahan perikanan. Penelitian Aminullah et al. (2021) menunjukkan bahwa modifikasi bahan dalam pembuatan pempek dapat memengaruhi karakteristik tekstur dan tingkat penerimaan konsumen terhadap produk. Selain itu, penerapan prosedur pengolahan yang baik dan memenuhi standar kelayakan dasar juga terbukti berpengaruh terhadap kualitas, keamanan, dan daya simpan produk pangan berbasis ikan (Dharmayanti et al., 2023). Melalui analisis prosedur pengolahan yang sistematis, masyarakat mitra kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai mitigasi risiko kerusakan produk dan peningkatan standar mutu yang kompetitif (Wau et al., 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk perlu dilakukan melalui pemilihan bahan baku yang tepat serta penerapan proses pengolahan yang terstandar.

Sejalan dengan pentingnya inovasi produk tersebut, kegiatan pengabdian ini mengembangkan pempek ikan tenggiri dengan menambahkan kentang sebagai bahan pendukung. Kentang dipilih karena memiliki kandungan karbohidrat, serat pangan, vitamin C, kalium, dan berbagai mikronutrien yang bermanfaat bagi kesehatan sehingga berpotensi meningkatkan kualitas gizi produk (Beals, 2019). Selain itu, kandungan pati pada kentang dapat memengaruhi tekstur produk sehingga menghasilkan pempek yang lebih lembut dan memiliki cita rasa yang berbeda dibandingkan pempek biasa. Inovasi ini sejalan dengan penelitian Aminullah et al. (2021) yang menunjukkan bahwa modifikasi bahan dalam formulasi pempek juga merupakan bentuk diversifikasi pangan yang dapat meningkatkan nilai tambah produk olahan perikanan sekaligus memperluas pilihan produk bagi konsumen. Inovasi ini penting dilakukan karena perkembangan pasar saat ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga aspek gizi, keunikan produk, dan nilai tambah yang ditawarkan. Dengan demikian, kombinasi ikan tenggiri dan kentang diharapkan dapat menghasilkan produk pempek yang memiliki daya saing lebih tinggi serta memberikan peluang usaha yang lebih menjanjikan bagi masyarakat Desa Tunggulo.

Di sisi lain, pengembangan UMKM saat ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Penelitian

Saputra et al., (2023) menunjukkan bahwa penerapan digital marketing mampu meningkatkan daya saing UMKM karena dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas promosi. Adapun penelitian Yaqin & Sholehah (2025) menjelaskan bahwa kombinasi pemasaran digital dan pemasaran langsung (*hybrid marketing*) memberikan hasil yang lebih optimal dibandingkan penggunaan satu metode pemasaran karena mampu menjangkau konsumen lebih luas sekaligus membangun kepercayaan melalui interaksi langsung dengan konsumen.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas inovasi produk pangan, kualitas pengolahan hasil perikanan, dan strategi pemasaran UMKM, sebagian besar kajian tersebut dilakukan pada usaha yang telah berjalan atau berfokus pada satu aspek tertentu saja. Belum banyak kegiatan yang mengintegrasikan inovasi produk berbasis ikan tenggiri, peningkatan mutu pengolahan, serta penerapan strategi pemasaran digital dan offline secara bersamaan dalam konteks pemberdayaan masyarakat desa. Selain itu, masyarakat Desa Tunggulo masih memiliki keterbatasan pengetahuan kewirausahaan yang dapat memengaruhi keberhasilan pengembangan usaha. Padahal, pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM dalam mengembangkan usahanya (Nashrullah et al., 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis pembuatan produk, tetapi juga mencakup peningkatan literasi kewirausahaan, inovasi produk, penguatan kualitas pengolahan, dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, kegiatan ini dilaksanakan melalui penyuluhan pembuatan Pempek Ikan Tenggiri dengan penambahan kentang sebagai bentuk inovasi produk, menambah wawasan masyarakat terkait proses produksi yang higienis, serta pengenalan strategi pemasaran berbasis digital dan offline. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal sehingga mampu menciptakan peluang ekonomi baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Tunggulo.

Pelaksanaan kegiatan ini juga merupakan bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan mentransformasikan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masyarakat (Noor, 2010). Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini diharapkan mampu mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM berbasis hasil perikanan lokal yang berdaya saing.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tunggulo dengan sasaran masyarakat yang memiliki minat untuk mengembangkan usaha berbasis pengolahan potensi lokal hasil perikanan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode penyuluhan dan diskusi interaktif yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai inovasi produk pangan berbasis ikan tenggiri serta strategi

pemasaran produk UMKM.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan masyarakat melalui observasi lapangan dan komunikasi dengan masyarakat setempat untuk mengetahui potensi serta permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha berbasis hasil perikanan. Berdasarkan hasil observasi mendalam, Desa Tunggulo ditetapkan sebagai lokasi pelatihan karena masyarakat memiliki akses terhadap bahan baku ikan tenggiri yang cukup memadai, namun masih menghadapi keterbatasan pengetahuan mengenai inovasi produk, kualitas bahan baku, serta strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan nilai jual produk.

Kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai pengolahan pempek ikan tenggiri dengan penambahan kentang sebagai bentuk inovasi produk. Materi yang diberikan meliputi pengenalan bahan baku, kandungan gizi bahan yang digunakan, manfaat penggunaan ikan tenggiri dan kentang dalam produk pangan, serta tahapan pengolahan pempek yang baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Kemudian, masyarakat juga diberikan materi mengenai strategi pemasaran produk UMKM yang mencakup pemasaran secara online dan offline. Pada sesi ini peserta diperkenalkan dengan pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Instagram sebagai sarana promosi produk, serta pemasaran langsung melalui jaringan masyarakat dan kegiatan promosi lainnya. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui diskusi dan tanya jawab sehingga peserta dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pengembangan usaha berbasis produk olahan perikanan.

Evaluasi kegiatan dilakukan selama proses penyuluhan berlangsung melalui metode observasi partisipatif dan diskusi interaktif. Tim pengabdian mengamati tingkat partisipasi serta keterlibatan peserta dalam setiap sesi kegiatan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui respons peserta pada saat sesi tanya jawab dan diskusi untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan. Keberhasilan kegiatan ditunjukkan oleh tingginya partisipasi peserta, antusiasme selama diskusi, serta meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai inovasi produk pempek ikan tenggiri dengan penambahan kentang dan strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha berbasis potensi lokal.

Hasil

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Tunggulo diawali dengan sesi formal yang meliputi pembukaan oleh pembawa acara dan menyanyikan lagu kebangsaan Indonesia Raya untuk menumbuhkan semangat nasionalisme. Guna mengharapkan kelancaran program, kegiatan dilanjutkan dengan pembacaan doa bersama seluruh peserta dan tim pelaksana. Sesi ini kemudian dibuka secara resmi melalui sambutan Kepala Desa Tunggulo yang memberikan apresiasi atas inisiatif kolaborasi antara mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo dalam upaya penguatan ekonomi lokal melalui program MBKM.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah prosesi pembukaan, kegiatan inti dimulai dengan penyampaian materi dari sisi manajemen dan pemasaran. Fokus utama pada sesi ini adalah memberikan wawasan kepada para pelaku UMKM mengenai cara pembuatan pempek serta cara mempromosikan produk secara efektif melalui media sosial guna menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagai mahasiswa Manajemen, kami memaparkan strategi mengelola usaha pempek agar lebih profesional, mulai dari pentingnya inovasi produk berbasis bahan pangan lokal hingga cara meningkatkan nilai jual melalui kemasan yang menarik. Adapun cara pembuatan pempek sebagai berikut.

A. Proses Pembuatan Pempek

Menyiapkan Alat dan Bahan

Tahap awal dimulai dengan menyiapkan seluruh bahan yang diperlukan, seperti tepung terigu, bawang putih, ikan tenggiri, kentang serta berbagai bumbu dan pelengkap lainnya. Peralatan pendukung seperti talenan, pisau, kukusan, dan wadah pencampur juga disiapkan untuk memastikan proses berjalan lancar.



Gambar 3. Proses Menyiapkan Bahan



Gambar 4. Menyiapkan Bahan

Menghaluskan Bahan

Selanjutnya menghaluskan bahan-bahan yang diperlukan seperti bawang putih, ketumbar dan ikan tenggiri menggunakan chopper, blender dan alat lainnya hingga mencapai tekstur yang halus namun tetap memiliki sedikit kekasaran agar tidak terlalu lembek.



Gambar 5. Proses Menghaluskan Bahan

Mencampurkan Adonan

Ikan tenggiri yang telah di copper, bawang putih dan ketumbar dicampurkan di dalam panci beserta tepung terigu, dan juga sedikit minyak kemudian di masak dengan api kecil.

Membentuk Pempek

Setelah adonan siap, langkah berikutnya menambahkan tepung tapioka secukupnya hingga adonan bisa di bentuk menjadi pempek. Pembentukan bisa dilakukan dengan berbagai model, mulai dari pempek lenjer/Panjang dan pempek kapal selam yang di isi dengan telur yang telah di kocok lepas.

Merebus Pempek

Selanjutnya merebus pempek yang telah di bentuk yang berisi air dan minyak setelah mendidih di masukkan ke dalam rebusan tersebut secara bertahap.



Gambar 6. Proses Merebus Pempek

Menggoreng Pempek

Setelah merebus pempek dilanjutkan dengan menggoreng pempek hingga berwarna golden brown/kecoklatan.

Menyajikan Pempek

Setelah matang, pempek disajikan selagi masih hangat. Biasanya, pempek dinikmati dengan saus cuko.



Gambar 7. Penyajian Pempek



Gambar 8. Packaging Pempek



Gambar 9. Pembagian Tester Produk



Gambar 10. Pembagian Tester ke Masyarakat

B. Proses Pembuatan Cuko Pempek

Merebus Gula

Campurkan air dan gula aren ke dalam panci. Masak hingga larut sepenuhnya. Kemudian saring air gula tersebut untuk membuang kotoran atau sisa ampas yang sering ada pada gula batok.

Memasukkan Bumbu

Didihkan kembali air gula yang sudah disaring. Masukkan bumbu halus (bawang putih dan cabai rawit) serta ebi halus ke dalam panci.

Memberi Rasa Asam dan Asin

Tambahkan air asam jawa dan garam. Kecilkan api dan biarkan bumbu meresap serta air sedikit menyusut agar tekstur cuko menjadi lebih kental.

Koreksi Rasa

Cicipi cuko, jika kurang asam maka tambahkan sedikit cuka makan. Cuko yang baik harus memiliki perpaduan rasa yang tajam namun seimbang.

Proses Pendiaman

Matikan api dan biarkan cuko mendingin. Untuk rasa yang lebih "keluar" dan bumbu yang lebih menyatu.



Gambar 11. Cuko Pempek

Kegiatan pengabdian diawali dengan penyampaian materi mengenai pengolahan pempek ikan tenggiri sebagai salah satu bentuk diversifikasi produk hasil perikanan yang memiliki nilai ekonomi. Materi yang diberikan yaitu meliputi pengenalan bahan baku, fungsi bahan dalam pembuatan pempek, tahapan pengolahan yang dapat diterapkan untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan higienis, serta cara meningkatkan nilai jual melalui penggunaan kemasan yang menarik.

Dalam kegiatan ini, masyarakat diperkenalkan dengan bahan-bahan pembuatan pempek, yaitu ikan tenggiri, tepung tapioka, tepung terigu, kentang, bawang putih, telur, garam, dan ketumbar. Selain itu, masyarakat juga diberikan penjelasan mengenai peralatan yang akan digunakan dalam proses produksi, seperti kompor, panci, chopper, mangkuk, pisau, sendok, dan wadah. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif sehingga masyarakat dapat memahami fungsi setiap bahan dan alat dalam menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik. Materi yang diberikan juga menekankan pentingnya pemilihan bahan baku yang berkualitas, khususnya ikan tenggiri sebagai bahan utama pempek. Ikan tenggiri kaya akan protein dengan komposisi asam amino dan asam lemak omega-3 yang sangat baik dalam memenuhi kebutuhan gizi manusia (Saputri et al., 2021). Oleh karena itu, penggunaan ikan tenggiri yang berkualitas menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi mutu dan cita rasa produk yang dihasilkan.

Selain penggunaan ikan tenggiri, kegiatan ini juga memperkenalkan inovasi produk melalui penambahan kentang dalam adonan pempek. Inovasi tersebut diperkenalkan sebagai upaya meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memberikan alternatif pengembangan produk yang berbeda dari pempek pada umumnya. Masyarakat diberikan pemahaman mengenai kandungan gizi kentang serta potensi kentang dalam memengaruhi karakteristik tekstur pempek. Melalui penyampaian materi ini, masyarakat memperoleh wawasan mengenai pentingnya inovasi produk sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing usaha UMKM berbasis pangan lokal.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang baik yang ditunjukkan melalui diskusi dan pertanyaan terkait bahan baku, proses pengolahan, serta peluang pengembangan usaha berbasis produk olahan ikan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan potensi hasil perikanan lokal sebagai produk yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.



Gambar 12 Penyuluhan Pengolahan Pempek

Selain materi mengenai pengolahan produk, tim pengabdian juga memberikan penyuluhan mengenai strategi pemasaran sebagai salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha. Materi ini diberikan karena keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen.

Pada sesi ini, masyarakat diberikan pemahaman mengenai konsep pemasaran secara offline dan online yang dapat diterapkan oleh para pelaku UMKM. Pemasaran online diperkenalkan melalui pemanfaatan media sosial seperti Tiktok dan Instagram sebagai sarana promosi yang dapat menjangkau pasar secara luas dan biaya promosi yang relatif rendah. Masyarakat diberikan penjelasan mengenai pentingnya penggunaan foto produk yang menarik, pembuatan konten promosi sederhana, serta pemanfaatan media sosial untuk membangun identitas produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Selain pemasaran digital, masyarakat juga diberikan wawasan mengenai pemasaran offline melalui promosi langsung kepada konsumen, partisipasi dalam event kuliner, serta pemanfaatan jaringan sosial dan komunitas sebagai media pemasaran. Materi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman bahwa strategi pemasaran dapat dilakukan melalui berbagai cara sesuai dengan kondisi dan kemampuan para pelaku UMKM.

Kombinasi strategi pemasaran online dan offline ini dirancang untuk saling melengkapi, di mana media sosial memperluas jangkauan secara digital dan partisipasi dalam event kuliner memperkuat komunikasi dengan konsumen secara tatap muka. Harapannya, pendekatan pemasaran yang holistik ini dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar, serta memberikan pengalaman nyata kepada masyarakat dalam memasarkan produk lokal secara profesional dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Selain itu, masyarakat diberikan pemahaman mengenai peran mereka sebagai pemasok bahan berkualitas dalam rantai produksi. Materi ini menekankan pentingnya pemilihan bahan baku yang tidak hanya terjangkau, tetapi juga memenuhi standar kualitas agar produk akhir memiliki daya saing yang tinggi di pasar. Dengan demikian, masyarakat diharapkan mampu menjaga konsistensi mutu produk serta membangun reputasi sebagai produsen yang dapat dipercaya, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar produk mereka.

Berdasarkan hasil penyuluhan selama kegiatan berlangsung, masyarakat menunjukkan

ketertarikan terhadap pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran produk. Beberapa masyarakat aktif mengajukan pertanyaan mengenai cara memperkenalkan produk serta strategi untuk menarik minat konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai memahami pentingnya pemasaran dalam mendukung keberhasilan usaha. Kegiatan pada tahap ini masih berfokus pada pemberian edukasi dan peningkatan pemahaman masyarakat mengenai strategi pemasaran. Oleh karena itu, belum dilakukan evaluasi terhadap implementasi maupun efektivitas strategi pemasaran yang diperkenalkan. Meskipun demikian, materi yang diberikan diharapkan dapat menjadi bekal awal bagi masyarakat dalam mengembangkan dan memasarkan produk olahan hasil perikanan secara luas di masa mendatang.



Gambar 13. Penyuluhan Strategi Pemasaran



Gambar 14. Foto Bersama Masyarakat setelah Kegiatan Penyuluhan

Diskusi

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tunggulo menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat. Potensi lokal di desa memerlukan partisipasi dari pemerintah dan masyarakat dalam pengolahan dan pemasaran hasil perikanan, maka diperlukan kebijakan atau program pengembangan usaha yang dapat menunjang potensi tersebut (Hadijah, 2018). Pemanfaatan ikan tenggiri sebagai bahan utama pembuatan produk pempek tidak hanya memberikan nilai tambah pada hasil perikanan lokal, tetapi juga memperkuat potensi ekonomi kreatif berbasis bahan pangan. Kondisi ini sejalan dengan pendapat Suci (2017) dalam penelitiannya bahwa UMKM memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya di tingkat pedesaan.

Peningkatan kualitas produk melalui penggunaan ikan tenggiri berkualitas dan inovasi bahan tambahan seperti kentang menunjukkan adanya upaya peningkatan mutu dan diferensiasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan daya saing usaha, terutama pada industri pangan lokal. Dalam kegiatan ini, masyarakat mulai memahami bahwa kualitas bahan baku sangat mempengaruhi tekstur, cita rasa, dan daya terima konsumen terhadap produk pempek yang dihasilkan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Aminullah et al. (2021) yang menjelaskan bahwa kualitas bahan baku ikan dan teknik pengolahan memiliki pengaruh signifikan terhadap karakteristik organoleptik produk olahan perikanan.

Selain inovasi produk, penerapan proses produksi yang higienis juga menjadi bagian penting dalam kegiatan. Pemahaman mengenai pemilihan bahan baku segar, dan teknik penyimpanan produk memberikan dampak terhadap peningkatan mutu dan keamanan pangan. Dalam industri pangan, penerapan standar higienitas merupakan faktor penting untuk menjaga kualitas produk dan memperpanjang masa simpan. Untuk mendapatkan bahan baku yang bermutu dan berkualitas, maka diperlukan peran pemerintah daerah. Strategi yang dapat diterapkan berupa penggunaan peralatan yang lebih modern, seperti kulkas untuk membantu dalam proses pembuatan produk, dan untuk menjamin kesegaran ikan serta membuat variasi dari produk yang dihasilkan lebih baik (Martini, 2018). Melalui penyuluhan ini, masyarakat memperoleh pemahaman bahwa kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh rasa, tetapi juga oleh keamanan dan konsistensi proses produksi.

Dari sisi pemasaran, penggunaan media sosial seperti Tiktok dan Instagram dapat menunjukkan adanya adaptasi masyarakat terhadap perkembangan pemasaran digital. Strategi pemasaran digital dipilih karena mampu menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Konten visual berupa video proses pembuatan, tampilan produk, dan testimoni konsumen menjadi media promosi yang efektif dalam meningkatkan daya tarik produk. Penggunaan media sosial juga dapat membantu pelaku UMKM membangun identitas merek (*brand awareness*) dan memperkuat hubungan dengan konsumen (Saputra et al., 2023).

Kombinasi strategi pemasaran online dan offline atau *hybrid marketing* dapat memberikan pendekatan pemasaran yang lebih holistik sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas dan menyeluruh (Yaqin & Sholehah, 2025). Pemasaran digital memperluas visibilitas produk secara daring, sedangkan promosi secara langsung melalui partisipasi dalam event kuliner memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengenal produk secara nyata. Pendekatan ini sesuai dengan konsep komunikasi pemasaran terpadu yang menekankan pentingnya kombinasi berbagai media promosi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran.

Secara sosial, kegiatan pengabdian ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir masyarakat terhadap kewirausahaan. Masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai penyedia bahan mentah, tetapi mulai memahami pentingnya pengolahan, branding, dan pemasaran produk untuk meningkatkan nilai ekonomi. Penyuluhan yang dilakukan menjadi bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat melalui transfer ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan adanya peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran, masyarakat Desa Tunggulo diharapkan mampu membangun usaha mandiri yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan pasar digital.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tunggulo telah memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai pemanfaatan potensi hasil perikanan melalui inovasi produk pempek ikan tenggiri dengan penambahan kentang.

Kegiatan ini juga meningkatkan wawasan peserta mengenai pentingnya kualitas bahan baku, nilai tambah produk, serta strategi pemasaran sebagai faktor pendukung dalam pengembangan usaha berbasis pangan lokal. Melalui penyuluhan dan diskusi interaktif, masyarakat memperoleh informasi mengenai peluang pengembangan produk olahan perikanan yang dapat mendukung peningkatan nilai ekonomi sumber daya lokal.

Selain aspek pengolahan produk, kegiatan ini juga memberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran secara online dan offline yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Antusiasme peserta selama kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal apabila didukung oleh pengetahuan dan keterampilan yang memadai.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih terbatas pada tahap penyuluhan dan pemberian wawasan kepada masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan program yang lebih aplikatif melalui pelatihan praktik pembuatan produk, pendampingan pengemasan dan pelabelan, pelatihan pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi terhadap penerapan materi yang telah diberikan. Pendampingan yang berkelanjutan diperlukan agar pengetahuan yang diperoleh masyarakat dapat diimplementasikan secara nyata dalam kegiatan usaha, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk dan memberikan dampak ekonomi yang lebih optimal bagi masyarakat Desa Tunggulo.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada seluruh masyarakat Desa Tunggulo atas partisipasi aktif dan antusiasmenya dalam mengikuti kegiatan ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada aparat desa yang telah memberikan dukungan dan fasilitas, serta kepada seluruh tim pelaksana, baik dosen maupun mahasiswa, yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi. Kegiatan ini tidak akan berhasil tanpa kontribusi dan kerja sama semua pihak. Semoga ilmu, keterampilan, dan semangat yang dibagikan selama kegiatan ini dapat terus bermanfaat dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam pengembangan usaha pangan lokal yang kreatif, inovatif, dan mandiri.

Daftar Referensi

- Aminullah, Marwiyah, S. W., & Kusumaningrum, I. (2021). Application Of Catfish Flour On Texture And Hedonic Profiles Of Pempek Lenjer. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15(2), 441–451. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i2.8566>
- Beals, K. A. (2019). Potatoes, Nutrition and Health. *American Journal of Potato Research*, 96, 102–110.
- Dharmayanti, N., Handoko, Y. P., & Renaldy, F. (2023). Penerapan Kelayakan Dasar dan Karakteristik Proses Pengolahan Tuna (*Thunnus albacares*) Loin Masak Beku.

- Prosiding Seminar Nasional Perikanan Indonesia*, 463–477. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15578/psnp.13982>
- Hadijah. (2018). *Analisis Usaha Poklaksar “Wanita Usaha Mandiri” Di Kecamatan Bunyu Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara* [Universitas Terbuka]. <https://repository.ut.ac.id/8214/1/43678.pdf>
- Martini, E. S. (2018). Membangun Daya Saing Umkm Pempek Untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility*, 1, 1660–1664. <https://prosiding-pkmsr.org/index.php/pkmsr/article/view/73>
- Nashrullah, M., Hafid, R., Maruwae, A., Mahmud, M., & Gani, I. P. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kantin Kampus Universitas Negeri Gorontalo. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 3352–3365. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.13471>
- Noor, I. H. M. (2010). Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16(3), 285–297. <https://doi.org/https://doi.org/10.24832/jpnk.v16i3.462>
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. (2023). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.31537/jembe.v1i1.1275>
- Saputri, N. E., Hidayah, N., & Muttalib, Y. S. (2021). Komposisi Nilai Gizi Pempek Ikan Tenggiri (*Scomberomorus Commersonii*) Dengan Penambahan Wortel (*Daucus Carota*). *Poltekita: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 15(2), 143–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.33860/jik.v15i2.488>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Wau, F. H., Lumbessy, S. Y., Hasmi, S., Pawestri, S., Syafitri, N. A., Perdhana, F. F., & Nilantika, A. (2026). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Analisis Prosedur Pengolahan Produk Hasil Perikanan UMKM Pempek Di Kota Mataram. *AKSI : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.71024/aksi.2026.v3i1.106>
- Yaqin, M. A., & Sholehah, S. (2025). Haybrid Marketing : Kombinasi Pemasaran Digital Dan Hybrid Marketing : A Combination Of Digital And Offline Marketing. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(8), 1857–1866. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i8.3179>