

Pemberdayaan anggota koperasi dan masyarakat melalui inovasi pengolahan dan pemasaran olahan udang untuk meningkatkan nilai tambah

Arif Habib Fasya*, Maria Agustina Pardede, Alin Asyabil, Muhammad Hilmy Maulana, Kinanti Dwi Lestari, Moh Rifky Alfareza, Muchammad Thoriq, Erica Odilia Saleen, Muhammad Nurwahid, Amirul Mukminin

Universitas Airlangga, Banyuwangi, Indonesia

*email Koresponden Penulis: arifhabibfasya@fpk.unair.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2026-06-28

Diterima: 2026-07-21

Diterbitkan: 2026-08-17



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2026 Penulis

ABSTRAK

Fluktuasi harga udang vaname serta tingginya ketergantungan anggota Koperasi Mina Bangkit Bersama (MIBAMA) dan masyarakat pesisir Banyuwangi terhadap penjualan udang vaname dalam bentuk segar menyebabkan rendahnya nilai tambah produk dan terbatasnya peluang peningkatan pendapatan. Kondisi tersebut diperparah dengan rendahnya keterampilan pengolahan, pengemasan dan pemasaran produk berbasis udang. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas mitra dalam menghasilkan produk olahan udang bernilai tambah serta memperkuat kompetensi kewirausahaan dan pemasaran produk. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode Participatory Learning and Action (PLA) meliputi identifikasi kebutuhan, penyuluhan, demonstrasi serta praktik langsung pembuatan produk olahan udang vaname, pelatihan pengemasan dan pemasaran, serta pendampingan penyusunan rencana usaha. Proses evaluasi dilakukan menggunakan pretest dan posttest, observasi keterampilan dan angket evaluasi kegiatan. Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh 15 peserta dari anggota koperasi MIBAMA dan Serikat Nelayan Nahdlatul Ulama Banyuwangi. Berdasarkan hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pengolahan produk, pengemasan, penetapan harga, pemasaran secara konvensional dan digital serta penyusunan action plan usaha. Luaran kegiatan berupa produk olahan udang dengan nilai tambah yang lebih tinggi serta meningkatnya kesiapan peserta untuk mengembangkan usaha berbasis perikanan. Program ini meningkatkan kompetensi teknis serta kewirausahaan mitra yang berpotensi meningkatkan daya saing produk olahan udang dan meningkatkan nilai tambah produk olahan udang vaname.

Kata Kunci: pengolahan; pemasaran; kewirausahaan; udang vaname

Cara mensitasi artikel:

Fasya, A. H., Pardede, M. A., Asyabil, A., Maulana, M. H., Lestari, K. D., Alfareza, M. R., Thoriq, M., Saleen, E. O., Nurwahid, M., & Mukminin, A. (2026). Pemberdayaan anggota koperasi dan masyarakat melalui inovasi pengolahan dan pemasaran olahan udang untuk meningkatkan nilai tambah. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 7(3), 878-886. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v7i3.25848>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu produsen udang vaname terbesar di dunia. Berdasarkan data BPS (2024) produksi udang Indonesia tahun mencapai 958.463 ton. Hal ini menjadikan udang vaname menjadi salah satu komoditas unggulan bagi sektor perikanan di Indonesia. Berdasarkan data Dinas Perikanan Kabupaten Banyuwangi (2024) produksi udang di Kabupaten Banyuwangi mencapai 67.340 ton dan berkontribusi sebesar 7% dari total produksi udang di Indonesia. Hal ini menjadikan Banyuwangi sebagai salah satu produsen udang nasional. Besarnya produksi udang vaname di

Banyuwangi menjadikan budidaya udang vaname menjadi salah satu sumber ekonomi yang besar bagi masyarakat Kabupaten Banyuwangi.

Meskipun memiliki potensi yang besar, sektor budidaya udang juga tidak terlepas dari berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi pendapatan para pelaku usaha. Salah satu permasalahan utama adalah fluktuasi harga udang yang dipengaruhi oleh dinamika pasar internasional (Fanggidae & Sirait, 2025). Hal ini disebabkan karena udang vaname merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan (Hapsari & Nurhayati, 2023). Hal ini, menyebabkan penurunan harga jual udang vaname di tingkat pembudidaya yang menyebabkan penurunan pendapatan bagi para pembudidaya (Fanggidae & Sirait, 2025). Di sisi lain, sebagian besar hasil panen masih dipasarkan dalam bentuk segar dengan nilai tambah yang cukup rendah (Afdah *et al.*, 2026). Ketergantungan pada penjualan udang segar menjadikan masyarakat lebih rentan terhadap perubahan harga pasar, sedangkan pemanfaatan hasil budidaya melalui produk olahan masih belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya upaya untuk meningkatkan nilai ekonomi komoditas udang melalui strategi yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi, tetapi juga pada pengembangan produk bernilai tambah.

Salah satu koperasi yang bergerak di bidang budidaya udang adalah Koperasi Mina Bangkit Bersama (MIBAMA). Koperasi MIBAMA mengalami kendala dalam meningkatkan nilai ekonomi hasil budidaya udang. Berdasarkan identifikasi awal bersama mitra, sebagian besar hasil panen dipasarkan dalam bentuk udang segar kepada pengepul maupun kepada masyarakat sehingga nilai tambah yang diperoleh relatif rendah. Selain itu, mitra belum memiliki keterampilan dalam diversifikasi produk, penetapan biaya produksi serta pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan pengembangan usaha masih terbatas dan dipengaruhi oleh fluktuasi harga udang vaname.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan nilai ekonomi komoditas udang adalah melalui diversifikasi produk olahan (Pamungkas *et al.*, 2022). Pengolahan udang menjadi berbagai produk siap masak (*ready-to-cook*) maupun siap konsumsi (*ready-to-eat*) tidak hanya meningkatkan nilai tambah, tetapi juga memperpanjang umur simpan, memperluas segmentasi pasar, dan meningkatkan daya saing produk perikanan (Herliany *et al.*, 2013). Diversifikasi produk memungkinkan komoditas yang sebelumnya dipasarkan dalam bentuk segar memiliki nilai jual yang lebih tinggi sekaligus mengurangi risiko kerugian akibat fluktuasi harga bahan baku (Krisnanda *et al.*, 2026). Selain itu, pengembangan produk olahan berbasis udang dapat mendorong tumbuhnya usaha mikro dan kecil bagi masyarakat, menciptakan lapangan kerja baru, serta memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga (Ambar *et al.*, 2025). Oleh karena itu, penguasaan keterampilan pengolahan hasil perikanan menjadi salah satu aspek penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang bergantung pada sektor budidaya udang.

Penguasaan keterampilan pengolahan hasil perikanan perlu diiringi dengan kemampuan pemasaran serta kewirausahaan agar produk yang dihasilkan mampu memberikan nilai ekonomi yang optimal bagi pelaku usaha. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk tetapi juga kemampuan dalam berbagai aspek pemasaran (Ayu *et al.*, 2025). Berbagai kegiatan sebelumnya telah banyak dilaksanakan dan berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah hasil budidaya menjadi produk bernilai tambah (Julianto *et al.*, 2025; Pamungkas *et al.*, 2022; Rachmatullah *et al.*, 2025). Namun, kegiatan tersebut hanya berfokus pada aspek teknis produksi dan belum membahas mengenai keberlanjutan usaha seperti pengemasan produk, branding, analisis biaya serta strategi pemasaran digital. Hal tersebut mengakibatkan kesempatan untuk mengembangkan usaha dan memperluas pasar masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kegiatan ini mengintegrasikan aspek teknis pengolahan produk dan pemasaran yang diharapkan dapat meningkatkan kompetensi pelaku usaha di bidang perikanan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas anggota Koperasi Mina Bangkit Bersama (MIBAMA) dan anggota Serikat Nelayan Nahdlatul Ulama Banyuwangi melalui model pemberdayaan terpadu yang mengintegrasikan pelatihan pengolahan produk, pengemasan, kewirausahaan, pemasaran, dan penyusunan rencana usaha berbasis produk olahan udang vaname sehingga mampu meningkatkan nilai tambah, daya saing produk, serta peluang peningkatan pendapatan masyarakat pesisir.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juni 2026 di Koperasi Mina Bangkit Bersama, Banyuwangi, Jawa Timur. Sasaran kegiatan ini adalah anggota Koperasi Mina Bangkit Bersama (MIBAMA) dan anggota Serikat Nelayan Nahdlatul Ulama Banyuwangi dengan peserta sebanyak 15 orang. Jumlah peserta ditentukan berdasarkan kesepakatan mitra dan mempertimbangkan efektivitas pelaksanaan pelatihan. Peserta dipilih oleh pengurus mitra yang memiliki ketertarikan untuk mengembangkan usaha di bidang perikanan. Kegiatan ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dan *Participatory Learning and Action* (PLA) yang bertujuan untuk memberikan ruang partisipasi aktif bagi peserta sejak awal kegiatan (Darmawan et al., 2020). Tahapan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu Identifikasi Awal, Persiapan Kegiatan, Pelatihan Pengolahan Produk Udang Vaname, Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran Produk Udang Vaname (Gambar 1).

Identifikasi awal dilakukan dengan ketua koperasi Mina Bangkit Bersama dan beberapa anggota koperasi dengan menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara. Pada tahap ini pendekatan PRA diterapkan dengan melibatkan peserta dalam mengidentifikasi potensi, permasalahan, kebutuhan pelatihan, serta merumuskan solusi yang akan dilaksanakan selama program.

Tahap kedua merupakan persiapan kegiatan dengan tujuan untuk memastikan rangkaian pelatihan dapat dilaksanakan secara efektif dan terstruktur. Tahap ini dilakukan penentuan jadwal kegiatan, materi pelatihan dan persiapan kebutuhan teknis selama masa pelatihan. Selanjutnya, dilakukan penetapan terhadap empat jenis produk olahan yang akan dipraktikkan, yaitu *shrimp ring cheese*, *ebi furai*, *spring roll*, dan *tempura udang*. Selain itu, disusun materi pelatihan kewirausahaan yang meliputi *pricing strategy*, *marketing strategy*, *online selling strategy*, *copywriting practice*, dan penyusunan *action plan*.

Tahap ketiga dilanjutkan dengan proses pelatihan produk berbahan dasar udang vaname dilakukan selama satu hari pada tanggal 7 Juni 2026 di Banyuwangi. Kegiatan ini menggunakan kombinasi metode demonstrasi, praktik secara langsung, diikuti dengan pendampingan dan diskusi. Selama kegiatan dilakukan, peserta dibagi menjadi 5 kelompok dengan masing masing kelompok berisi 3 orang. Pendekatan PLA diterapkan melalui demonstrasi, praktik langsung (*hands-on*), diskusi kelompok, dan pendampingan sehingga setiap peserta berperan aktif dalam seluruh proses pengolahan produk. Selanjutnya, peserta melakukan proses pengolahan udang vaname dengan arahan dari pemateri dan pendampingan dari tim pelaksana untuk memastikan seluruh proses pembuatan dilakukan dengan baik.

Tahapan selanjutnya yaitu pelatihan kewirausahaan dan pemasaran produk udang vaname dilaksanakan pada tanggal 14 Juni 2026, acara ini dilaksanakan selama satu hari. Tahapan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mengembangkan strategi bisnis dan pemasaran produk. Pelatihan ini dilakukan dengan penyampaian materi dengan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) dengan melibatkan peserta secara aktif melalui ceramah interaktif, diskusi dan penyusunan strategi pemasaran. Melalui pendekatan PLA, peserta secara aktif menyusun strategi pemasaran, menentukan harga produk, membuat *action plan* usaha, serta memperoleh umpan balik langsung dari narasumber dan peserta lainnya. Materi yang diberikan meliputi *pricing strategy*, *marketing strategy*, *online selling strategy*, *copywriting practice*, dan penyusunan *action plan*.

Evaluasi terkait kegiatan tahap ketiga dan keempat dilakukan dengan menganalisa hasil pretest dan post test yang diberikan pada setiap kegiatan. Selain itu, beberapa data mengenai biodata dan pengalaman berwirausaha serta pengolahan udang vaname juga dikumpulkan dari para peserta untuk mengetahui kemampuan wirausaha awal pada peserta.



Gambar 1. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 1, pelatihan diikuti oleh 15 peserta yang didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 14 orang (93%), sedangkan peserta laki-laki hanya 1 orang (7%). Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar peserta berada pada rentang usia 30–39 tahun (47%), diikuti usia 20–29 tahun (27%), usia 40–49 tahun (13%), dan usia ≥ 50 tahun (13%). Seluruh peserta termasuk dalam kelompok usia produktif, yaitu 15–64 tahun (Arum, 2019). Kelompok usia produktif umumnya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menerima, mengolah, dan memahami informasi sehingga berpotensi mendukung efektivitas pelatihan (Sumekar et al., 2021).

Tabel 1. Karakteristik peserta pelatihan

Karakteristik Peserta	Kategori	Jumlah (n=15)	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	1	7
	Perempuan	14	93
Usia (tahun)	20–29	4	27
	30–39	7	47
	40–49	2	13
	≥ 50	2	13
Pendidikan terakhir	SMA	7	47
	S1	8	53
Pekerjaan	Karyawan	4	27
	Ibu rumah tangga	3	20
	Guru	3	20
	Pedagang	3	20
	Mahasiswa	1	6
Pengalaman mengikuti pelatihan serupa	Pembudidaya udang	1	7
	Pernah	4	27
	Belum pernah	11	73

Ditinjau dari tingkat pendidikan, peserta terdiri atas lulusan S1 sebanyak 8 orang (53%) dan lulusan SMA sebanyak 7 orang (47%). Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan transfer pengetahuan karena peserta dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih mudah memahami materi yang disampaikan (Angisna, 2018). Dari sisi pekerjaan, peserta memiliki latar belakang yang beragam, meliputi karyawan (27%), ibu rumah tangga (20%), guru (20%), pedagang (20%), mahasiswa (6%), dan pembudidaya udang (7%). Keragaman profesi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan menjangkau berbagai kelompok masyarakat dengan kebutuhan dan pengalaman yang berbeda.



Gambar 2. Pengisian kuesioner peserta

Selain itu, sebagian besar peserta (73%) belum pernah mengikuti pelatihan serupa, sedangkan 27% telah memiliki pengalaman sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan kesempatan bagi sebagian besar peserta untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru. Secara keseluruhan, karakteristik peserta, yang didominasi oleh usia produktif, tingkat pendidikan menengah hingga perguruan tinggi, serta minimnya pengalaman mengikuti pelatihan sejenis, merupakan kondisi yang mendukung tercapainya tujuan pelatihan melalui proses transfer pengetahuan dan keterampilan secara efektif.

Selain karakteristik peserta, pada kegiatan ini juga dilakukan survey terhadap pengalaman mengikuti pelatihan serupa. Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa 27% peserta sudah pernah mengikuti pelatihan serupa dan 73% belum pernah mengikuti pelatihan mengenai pengolahan dan pemasaran produk udang vaname (Tabel 2). Kondisi ini menunjukkan bahwa peserta telah memiliki keterampilan dasar dalam pengolahan produk, tetapi masih memerlukan peningkatan kapasitas, terutama dalam penerapan teknik pengolahan yang lebih baik, pengemasan produk, serta strategi pemasaran dan kewirausahaan. Oleh karena itu, pelatihan difokuskan tidak hanya pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan kompetensi pemasaran agar produk yang dihasilkan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

Tabel 1. Rata rata nilai pretest dan posttest pelatihan pengolahan produk udang vaname

Pertanyaan	Nilai	
	Pre Test	Post Test
Kualitas Bahan Baku	91,11 ± 19,79	93,33 ± 18,69
Persiapan Pembuatan Produk	84,44 ± 21,33	93,33 ± 13,80
Proses Pembuatan Produk	91,11 ± 15,26	97,78 ± 8,61
Teknik Penyajian Produk	95,56 ± 11,73	97,78 ± 8,61
Keamanan Pangan	95,56 ± 11,73	95,56 ± 11,73

Penilaian kompetensi peserta dievaluasi menggunakan nilai pretest dan posttest. Berdasarkan hasil pretest dan posttest menunjukkan adanya peningkatan pada nilai posttest pada 4 aspek penilaian yaitu kualitas bahan baku, persiapan pembuatan produk, proses pembuatan produk dan teknik penyajian produk (Tabel 2). Selain itu, berdasarkan data distribusi nilai menunjukkan bahwa nilai pretest dan posttest peserta didominasi pada rentang nilai 76 – 100 dengan persentase sebesar 93,33% (Tabel 3). Hasil ini menunjukkan bahwa peserta telah memiliki kemampuan dasar dalam pengolahan produk udang vaname. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta didukung dengan penerapan metode demonstrasi, praktik secara langsung (*hands-on*) dan pendampingan oleh pemateri. Metode demonstrasi memudahkan peserta dalam memahami materi yang diberikan (Habibah & Yasin, 2024). Sedangkan, metode *hands-on* meningkatkan keterampilan peserta secara lebih efektif dibandingkan dengan metode yang bersifat teoritis (Yogivaria & Anas, 2024).

Tabel 2. Distribusi nilai pretest dan posttest

Kegiatan	Nilai Pre Test				Nilai Post Test			
	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100	0 - 25	26 - 50	51 - 75	76 - 100
Pelatihan Pengolahan Produk	0%	0%	6,67%	93,33%	0%	0%	6,67%	93,33%
Pelatihan Kewirausahaan	6,67%	13,33%	46,67%	26,67%	0%	0%	26,67%	73,33%



Gambar 3. Tahap pelatihan pembuatan produk berbahan dasar udang

Metode *hands-on* juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan secara langsung setiap proses pengolahan meliputi pemilihan bahan baku, formulasi hingga penyajian produk sehingga terjadi proses belajar berbasis pengalaman (*learning by doing*). Pendekatan tersebut memungkinkan peserta untuk lebih mudah memahami teknik pengolahan dibanding metode ceramah (Kurniasari et al., 2018). Efektivitas metode *hands-on* juga didukung oleh karakteristik peserta dengan usia produktif sehingga lebih mudah menerima keterampilan baru. Hasil pelatihan dibuktikan dengan kemampuan peserta menghasilkan beberapa produk olahan udang vaname dengan nilai tambah yaitu

shrimp ring cheese, ebi furai, spring roll, dan tempura. Diversifikasi produk olahan udang menunjukkan bahwa udang vaname tidak hanya menjadi komoditas primer, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi produk olahan pangan bernilai tambah.

Produk-produk tersebut memiliki karakteristik siap masak (*ready-to-cook*) maupun siap konsumsi (*ready-to-eat*) sehingga mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas dibandingkan udang segar. Selain meningkatkan nilai jual, diversifikasi produk juga berpotensi memperpanjang umur simpan, mengurangi kehilangan hasil (*post-harvest losses*), dan meningkatkan daya saing usaha rumah tangga berbasis hasil perikanan (Oge, 2025). Selain pembuatan produk, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa pengetahuan mengenai proses pengemasan, strategi penetapan harga produk serta penyusunan *action plan* usaha pengolahan produk udang vaname. Kombinasi antara peningkatan kemampuan teknis dan kewirausahaan diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk udang vaname serta membuka pengembangan usaha rumah tangga berbasis hasil olahan udang.

Tabel 3. Rata rata nilai pretest dan posttest pelatihan kewirausahaan pemasaran produk olahan udang

Evaluasi	Nilai
Pretest	64,00 ± 26,27
Posttest	82,67 ± 7,76

Setelah pelatihan pengolahan produk udang vaname, dilanjutkan dengan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk olahan udang vaname secara lebih optimal. Berdasarkan hasil evaluasi berupa pretest dan posttest, terjadi peningkatan nilai posttest dan peningkatan distribusi nilai setelah pelatihan dilakukan. Nilai pretest pada pelatihan yaitu 64,00 ± 26,27, nilai ini meningkat menjadi 82,67 ± 7,76 setelah pelatihan dilakukan. Distribusi nilai juga terjadi peningkatan setelah dilakukan pelatihan (Tabel 4). Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta berada pada kategori nilai 51–75 (46,67%), sedangkan peserta yang memperoleh nilai 76–100 hanya 26,67%. Setelah pelatihan, tidak terdapat lagi peserta pada kategori nilai di bawah 50, sementara persentase peserta dengan kategori nilai 76–100 meningkat menjadi 73,33% (Tabel 3). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan terhadap kewirausahaan dan pemasaran produk udang vaname. Penyampaian materi dengan metode *participatory learning and action* (PLA) menjadi faktor utama peningkatan kemampuan peserta. Menurut Silmi, (2017) menyatakan bahwa metode PLA efektif dilakukan dalam program pemberdayaan masyarakat. Metode PLA menerapkan ceramah interaktif, diskusi serta penyusunan strategi pemasaran sehingga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengidentifikasi permasalahan dalam pemasaran produk dan merumuskan solusi terhadap permasalahan yang dialami (Darmawan et al., 2020).



Gambar 4. Tahap pelatihan kewirausahaan dan pemasaran produk

Metode PLA berbeda dengan metode ceramah konvensional, metode ini dapat meningkatkan pemahaman konseptual serta mampu mendorong peserta untuk menerapkan strategi pemasaran dan perencanaan usaha secara langsung (Kurniasari et al., 2018). Kompetensi tersebut dapat sebagai pengetahuan dasar untuk mengembangkan usaha olahan udang vaname meliputi penentuan harga, penyusunan strategi promosi serta pemasaran baik secara konvensional maupun digital sehingga dapat

memperluas akses pemasaran. Penguatan kompetensi pemasaran digital menjadi salah satu aspek penting dalam kegiatan ini karena perilaku konsumen saat ini semakin bergeser menuju platform digital. Pernyataan ini didukung oleh Lailia & Dwiridotjahjono, (2023) yang menyatakan bahwa terjadi pergeseran pola konsumen yang banyak melakukan pembelian melalui platform digital. Sehingga pemanfaatan platform digital dapat meningkatkan penjualan produk. Melalui pelatihan strategi pemasaran daring dan praktik penyusunan *copywriting*, peserta memperoleh pemahaman mengenai cara membangun komunikasi pemasaran yang lebih efektif, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing produk olahan udang.

Tabel 4. Rata rata nilai kepuasan peserta

Aspek Kepuasan	Nilai	Keterangan
Pelaksanaan Kegiatan	3,90 ± 0,14	Puas
Kualitas Materi	4,02 ± 0,04	Puas
Kinerja Narasumber	3,97 ± 0,14	Puas
Manfaat Pelatihan	3,88 ± 0,08	Puas

Ket : 1,00 – 1,80 : Sangat tidak puas; 1,81 – 2,60 : Tidak puas; 2,61 – 3,40 : Cukup puas; 3,41 – 4,20 : Puas; 4,21 – 5,00 : Sangat puas

Setelah pelatihan dilaksanakan, dilanjutkan dengan evaluasi kualitas pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui survey tingkat kepuasan peserta. Terdapat beberapa aspek yang dinilai yaitu kualitas materi, kinerja narasumber, pelaksanaan kegiatan dan manfaat pelatihan. Berdasarkan hasil evaluasi seluruh aspek termasuk dalam kategori puas dengan aspek kualitas materi memperoleh nilai tertinggi yaitu $4,02 \pm 0,04$, diikuti kinerja narasumber sebesar $3,97 \pm 0,14$, pelaksanaan kegiatan sebesar $3,90 \pm 0,14$, dan manfaat pelatihan sebesar $3,88 \pm 0,08$ (Tabel 5). Tingkat kepuasan yang tinggi mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang diterapkan mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan untuk meningkatkan kapasitas anggota Koperasi Mina Bangkit Bersama (MIBAMA) dan anggota Serikat Nelayan Nahdlatul Ulama Banyuwangi dalam mengolah udang vaname menjadi produk bernilai tambah serta meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan pemasaran. Penerapan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) melalui penyuluhan, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan terbukti efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, yang ditunjukkan oleh peningkatan hasil evaluasi pada aspek pengolahan produk, kewirausahaan, dan pemasaran. Luaran ini menghasilkan produk olahan udang vaname berupa spring roll, ebi furai, tempura udang dan shrimp ring cheese. Peningkatan kompetensi peserta terhadap proses pembuatan produk menunjukkan kesiapan peserta dalam pengembangan usaha serta peningkatan daya saing produk olahan berbasis udang vaname. Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan lanjutan, terutama dalam pengembangan variasi produk, penerapan pengemasan yang lebih modern, optimalisasi pemasaran digital, pengurusan legalitas usaha dan sertifikasi produk, serta penguatan peran koperasi sebagai pendamping usaha dan jejaring pemasaran. Upaya tersebut diharapkan mampu menjaga keberlanjutan program, meningkatkan kemandirian ekonomi anggota, dan memperkuat nilai tambah komoditas udang vaname secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Airlangga, Koperasi Mina Bangkit Bersama (MIBAMA), Serikat Nelayan Nahdlatul Ulama Banyuwangi dan Yayasan Sinergi Akuakultur Indonesia (YSAI) yang telah membantu terlaksananya acara ini dan kepada seluruh rekan-rekan yang telah berkontribusi dalam pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

Afdah, A. N., Hidayat, N., Putri, A. A., Oktaviani, C. N., Roweng, D., Fauzan, F., Fitri, Jamilah, Maret, Saputra, R. A., & Lisandra, Y. A. L. (2026). Optimalisasi pemanfaatan komoditas lokal melalui diversifikasi

- olahan ikan cakalang dan udang menjadi menu rice bowl untuk meningkatkan nilai tambah pangan pada kegiatan buka bersama di Masjid Miftahul Khair RT 07 Kelurahan Mamburungan. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 5(2), 172–181. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v5i2.6274>
- Ambar, R. C. D., Fauzan, A. A., Najib, M., Wahyudi, M. N., Setiawan, M. R., Patheresia, M., Zaini, M., Halimah, R., Patimah, S., Setiawan, M. R., Patheresia, M., Zaini, M., Halimah, R., Ahmad, A., Patimah, S., & Olga, O. (2025). Inovasi produk olahan kaki naga dari ikan bandeng dan udang sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat Desa Muara Pagatan yang berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 827–836. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i1.551>
- Ayu, W. D., Sahyuni, & Djauhar, A. (2025). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan (studi kasus pada rumah makan Bakso Solo Kelurahan Wawotobi Kecamatan Konawe Kabupaten Konawe). *Sultra Journal of Economic and Business*, 6(1), 474–483. <https://doi.org/10.54297/sjeb.v6i1.1089>
- Darmawan, D., Alamsyah, T. ., & Rosmilawati, I. (2020). Participatory learning and action untuk menumbuhkan quality of life pada kelompok keluarga harapan di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2), 160–169. <https://doi.org/10.15294/pls.v4i2.41400>
- Fanggiday, Y. Q., & Sirait, T. (2025). Analisis Strategi pemasaran udang vaname dalam meningkatkan penjualan di PT XYZ. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS)*, 5(8), 3343–3356. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v5i8.32426>
- Habibah, N., & Yasin, M. (2024). Efektivitas metode demonstrasi dalam meningkatkan pemahaman siswa. *JIMAD Jurnal Ilmiah Mutiara Pendidikan*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.61404/jimad.v2i1.125>
- Hapsari, R. E. D. P., & Nurhayati, D. (2023). Peran penting perdagangan internasional dalam ekspor udang vaname di Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1235–1248. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3529>
- Herliany, N. E., Santoso, J., & Salamah, D. E. (2013). Penggunaan coating karaginan terhadap mutu organoleptik udang kupas rebus selama penyimpanan dingin. *Jurnal Agroindustri*, 3(2), 61–70. <https://doi.org/10.31186/j.agroind.3.2.61-70>
- Julianto, E., Leonard, R., Sriwijayasih, I., & Atikasari, C. D. (2025). Potensi produk diversifikasi berbasis limbah udang sebagai upaya peningkatan nilai tambah produk perikanan masyarakat pesisir di Desa Segoro Tambak Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Cakrawala Maritim*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.35991/jcm.v8i1.27>
- Krisnanda, Widyastuti, W., & Nadia, L. P. (2026). Pelatihan manajemen pemasaran dan diversifikasi produk sebagai solusi peningkatan daya saing petani di tengah risiko gagal panen. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (JAMALI)*, 8(1), 41–50. <https://doi.org/10.20885/jamali.vol8.iss1.art5>
- Kurniasari, R., Oktiani, N., & Ramadhanti, G. (2018). Pelatihan kerja dalam usaha meningkatkan kinerja karyawan baru pada PT Kusumatama Mitra Selaras Jakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 2(2), 3–9. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4140>
- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan pada arunazma. *Journal of Management and Social Sciences (JMSC)*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161>
- Oge, L. (2025). Pengembangan teknologi pascapanen berbasis kearifan lokal dalam mendukung ketahanan pangan. *Intelektual: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Mahasiswa Dan Akademisi*, 1(4), 46–56. <https://doi.org/10.64690/intelektual.v1i4.320>
- Pamungkas, B. F., Nidyasari, Y., Guruh, M., & Zuraida, I. (2022). Diversifikasi produk olahan udang dan hasil sampingnya dalam rangka pemberdayaan wanita nelayan di Balikpapan Kalimantan Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 803–815. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6764>
- Rachmatullah, S., Gazali, Matsaini, Fatahillah, I. A., Wahyuni, I. E., Alfin, Hasanah, N., & Su'aib, S. Bin. (2025). Pemberdayaan masyarakat Desa Grujungan melalui pelatihan hilirisasi dan pengolahan udang vaname untuk meningkatkan nilai tambah produk lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*

- Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 11839–11845. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3619>
- Silmi, A. F. (2017). Participatory learning and action (PLA) di desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 1(1), 83–102. <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.011-05>
- Yogivaria, W. D., & Anas, D. E. A. F. (2024). Peminatan mahasiswa pembelajaran kewirausahaan dengan metode kelas dan metode langsung. *Syntax Idea*, 6(1), 200–208. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i1.2926>