

Penerapan strategi e-commerce dalam pengolahan ikan tuna untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat

Kartika Chandra Pelangi^{1*}, Syaiful Pakaya², Serwin³, Zohrahayaty⁴

¹Universitas Ichsan Gorontalo, Gorontalo, Indonesia, email: apelangie@gmail.com

²Universitas Ichsan Gorontalo, Gorontalo, Indonesia, email: tapol2012@gmail.com

³Universitas Ichsan Gorontalo, Gorontalo, Indonesia, email: erwindsn.ui@gmail.com

⁴Universitas Ichsan Gorontalo, Gorontalo, Indonesia, email: zohrahayaty123@gmail.com

*Koresponden penulis

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2025-12-12

Diterima: 2026-02-14

Diterbitkan: 2026-03-06

Keywords:

community empowerment;
tuna; product diversification;
e-commerce

Kata Kunci:

pemberdayaan masyarakat;
ikan tuna; diversifikasi
prodak; e-commerce



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2026 Kartika Chandra
Pelangi, Syaiful Pakaya, Serwin,
Zohrahayaty

ABSTRACT

The potential of tuna as a high-value fishery commodity in coastal communities has not been optimally utilized due to limited processing skills, business management capacity, and market access. As a result, tuna is commonly sold in fresh form with low added value, which has not significantly contributed to improving household income. This community service program aimed to enhance the capacity of local small-scale entrepreneurs through product diversification by processing tuna into meatballs and nuggets, as well as strengthening digital marketing strategies based on e-commerce. The program was implemented using a participatory approach, including needs assessment, technical training on food processing and sanitation, assistance in packaging and labeling, basic bookkeeping training, and guidance on establishing and managing online stores. The results indicate improvements in participants' technical competencies in producing hygienic and marketable tuna-based products, the establishment of simple financial recording systems, and the ability to operate e-commerce platforms for product promotion and sales transactions. Product diversification increased added value by extending shelf life and facilitating distribution, while digital marketing expanded market reach beyond the local area. Overall, the integration of product innovation and e-commerce proved effective as a community-based economic empowerment strategy, contributing to greater business independence and sustainability in local fishery-based enterprises.

ABSTRAK

Potensi ikan tuna sebagai komoditas perikanan bernilai ekonomi tinggi di masyarakat pesisir belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan keterampilan pengolahan, manajemen usaha, dan akses pemasaran. Kondisi ini menyebabkan produk masih dijual dalam bentuk segar dengan nilai tambah rendah sehingga belum mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga secara signifikan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal melalui diversifikasi pengolahan ikan tuna menjadi produk bakso dan nugget serta penguatan strategi pemasaran digital berbasis e-commerce. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif melalui sosialisasi kebutuhan mitra, pelatihan praktik pengolahan dan sanitasi pangan, pendampingan pengemasan dan pelabelan, pelatihan pembukuan sederhana, serta edukasi pembuatan dan pengelolaan toko daring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kompetensi teknis peserta dalam memproduksi olahan tuna yang higienis dan layak jual, tersusunnya sistem pencatatan keuangan usaha, serta kemampuan mengoperasikan platform e-commerce untuk promosi dan transaksi penjualan. Diversifikasi produk

memberikan nilai tambah melalui peningkatan daya simpan dan kemudahan distribusi, sementara pemasaran digital memperluas jangkauan pasar di luar wilayah desa. Secara keseluruhan, integrasi inovasi produk dan e-commerce terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berbasis sumber daya perikanan lokal dan berpotensi meningkatkan kemandirian serta keberlanjutan usaha masyarakat.

Cara mensitasi artikel:

Pelangi, K. C., Pakaya, S., Serwin, & Zohrahayaty. (2026). Penerapan strategi e-commerce dalam pengolahan ikan tuna untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 9(1), 160–171. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v9i1.24709>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan potensi sumber daya perikanan yang melimpah, terutama ikan tuna yang memiliki nilai ekonomi tinggi serta kandungan gizi penting, seperti protein dan asam lemak omega-3, yang berkontribusi terhadap ketahanan pangan dan kesehatan masyarakat (Munaeni et al., 2024). Namun, pemanfaatan hasil tangkapan tuna di tingkat masyarakat desa masih didominasi oleh penjualan dalam bentuk segar atau olahan sederhana, sehingga nilai tambah produk yang dihasilkan relatif rendah (Antriyandarti et al., 2023; Wardana et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan masyarakat melalui diversifikasi produk perikanan bernilai jual lebih tinggi, salah satunya melalui inovasi pengolahan tuna menjadi bakso dan nugget (Pratama et al., 2022).

Kelompok Dasa Wisma sebagai organisasi sosial di Desa Luwoo memiliki peran penting dalam pemberdayaan keluarga dan peningkatan kesejahteraan perempuan di tingkat lokal (Kurniawan et al., 2024). Keterlibatan kelompok ini dalam program pengembangan usaha produktif berbasis olahan ikan tuna tidak hanya mendorong peningkatan keterampilan teknis namun juga menguatkan kapasitas ekonominya (Kusrini et al., 2017). Penelitian pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan bakso ikan tuna mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta sekaligus membuka peluang usaha baru yang bernilai ekonomi (Yusuf et al., 2025).

Selain itu, tren pemasaran produk kini tidak lagi bergantung pada metode konvensional. Perkembangan teknologi digital, khususnya platform e-commerce, memberikan peluang bagi pelaku usaha skala kecil untuk memperluas jangkauan pasar secara daring, mengurangi biaya pemasaran, dan memperkuat posisi produk di pasar yang lebih luas (Kotler, 2000). Penelitian yang berfokus pada pemberdayaan kelompok nelayan melalui penerapan teknologi pemasaran digital juga menunjukkan efektivitas strategi e-commerce dalam meningkatkan pendapatan masyarakat perikanan (Merisda et al., 2022).

Pemanfaatan e-commerce dalam pemberdayaan kelompok masyarakat perikanan, termasuk nelayan dan pengolah ikan, diperlukan untuk mengatasi keterbatasan akses pasar yang selama ini menjadi kendala utama (Siburian et al., 2024). Strategi pemasaran digital menjadi relevan untuk diterapkan karena tidak hanya mendukung pemasaran produk tetapi juga dapat memperkuat keberlanjutan usaha mikro berbasis sumber daya lokal. Penting pula memperhatikan aspek peningkatan literasi digital dan keterampilan pemasaran

daring sebagai bagian dari proses pendampingan kelompok masyarakat (Meliyah et al., 2025).

Dengan latar tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberdayakan Kelompok Dasa Wisma Desa Luwoo dalam memproduksi bakso dan nugget ikan tuna serta memanfaatkan strategi e-commerce sebagai media pemasaran produk. Diharapkan kegiatan ini mampu meningkatkan nilai tambah produk perikanan, memperluas akses pasar, serta mendorong peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

METODE

Metode pelaksanaan PKM yang diterapkan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat pada mitra Kelompok Dasa Wisma Desa Luwoo mencakup rangkaian tahapan kegiatan yang dirancang dan dilaksanakan secara sistematis serta berkesinambungan.



Gambar 1. Metode pelaksanaan PKM

Tahap Pertama adalah Sosialisasi dan Identifikasi Permasalahan (Durasi 1 Minggu), Pada tahap ini, tim PKM mengadakan Focus Group Discussion (FGD) bersama mitra guna memberikan pengetahuan awal mengenai pengolahan ikan tuna menjadi bakso dan nugget bernilai ekonomi tinggi. FGD bertujuan mengidentifikasi kendala dan kebutuhan mitra dalam proses pengolahan dan pemasaran produk. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terstruktur dan diskusi kelompok untuk mendapatkan gambaran jelas terkait masalah yang dihadapi mitra. Jumlah peserta FGD adalah 10-15 anggota Dasa Wisma yang aktif dalam kegiatan pengolahan ikan tuna.

Tahap Kedua, Pelatihan pembuatan Bakso dan Nugget Tuna (Durasi 2 Minggu). Tim PKM bersama mahasiswa dan mitra menyelenggarakan pelatihan teknis pengolahan ikan tuna menjadi produk bakso dan nugget. Kegiatan dilakukan secara praktik langsung di lokasi mitra dengan pendampingan intensif. Materi pelatihan mencakup pengolahan bahan baku, pengemasan, dan standar kebersihan pangan. Peserta pelatihan berjumlah 10-15 orang dengan kriteria aktif dalam kegiatan produksi kelompok.

Tahap Ketiga, Pelatihan pembukuan arus kas laba/rugi dan Manajemen Usaha (Durasi 1 Minggu). Pelatihan ini bertujuan memberikan keterampilan pengelolaan keuangan usaha berupa pencatatan pemasukan dan pengeluaran, perhitungan arus kas, serta laporan laba/rugi. Materi disampaikan dengan pendekatan sederhana dan aplikatif agar mitra mampu mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Tahap Keempat Edukasi dan Pendampingan Penggunaan Sistem E-Commerce (Durasi 2 Minggu). Tim memberikan edukasi dan pelatihan penggunaan platform e-commerce untuk pemasaran produk olahan ikan tuna. Pendampingan dilakukan secara langsung untuk membantu mitra memahami cara mengelola toko online, mengunggah produk, serta melakukan transaksi jual beli. Tahapan ini bertujuan agar mitra mampu menggunakan e-commerce secara mandiri sebagai strategi pemasaran modern.

Tahap Kelima, Evaluasi dan Monitoring (Durasi Berkelanjutan). Tim melakukan monitoring rutin dan evaluasi efektivitas pelaksanaan pelatihan dan penggunaan e-commerce. Evaluasi mencakup aspek tingkat adopsi teknologi pengolahan, peningkatan produksi, serta capaian pemasaran digital. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan kegiatan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dan Penyuluhan pengelolaan ikan tuna. Pada Program Kemitraan Masyarakat di Desa Luwoo, Kec. Talaga jaya, Kab. Gorontalo telah dilakukan sosialisasi dan penyuluhan pengelolaan ikan tuna bertempat di lokasi sekretariat Kelompok dasa wisma milik mitra PKM. Adapun hal yang dibahas pada sosialisasi dan penyuluhan ini Adalah, Pengenalan dan sosialisasi pengolahan Ikan Tuna; Merancang *E Commerce*; Keuntungan pemanfaatan Ikan tuna; Teknik pengelolaan keuangan mitra; Teknik pengelolaan penjualan secara online dan offline.



Gambar 2. Sosialisasi dan penyuluhan kegiatan oleh TIM PKM

Pelatihan Pembuatan Bakso dan Nugget Tuna. Kegiatan pelatihan pembuatan Bakso dan Nugget Tuna yang dihadiri oleh TIM PKM, ketua dan anggota kelompok Dasa Wisma Desa Luwoo, serta mahasiswa yang terlibat. Pada praktiknya 100% peserta telah mampu membuat Bakso dan Nugget Tuna

sesuai tahapan yang telah disosialisasikan. Indikator keberhasilan tersebut terlihat dari hasil bakso dan nugget yang enak, gurih, kenyal dan tidak berbau.

Hal ini menunjukkan bahwa bakso tuna yang diproduksi mitra ini berpotensi untuk dipasarkan lebih lanjut. Bakso tuna memiliki potensi yang besar untuk dipasarkan. Teknik pengolahan yang sederhana dan tidak terlalu rumit menjadikan pembuatan produk ini mudah untuk diadopsi masyarakat setempat. Pada proses pembuatannya tetap menjaga kandungan kimia dan nutrisinya karena tidak ada penambahan zat kimia lain serta kebersihan alat yang digunakan tetap diperhatikan. Semua alat yang digunakan dipilih alat yang tidak mengandung zat pewarna buatan untuk menjaga kualitas bakso dan nugget yang dihasilkan.

Pengolahan ikan tuna menjadi bakso dan nugget merupakan bentuk inovasi produk yang dapat meningkatkan nilai tambah ikan tuna. Produk ini dinilai lebih praktis, mudah disajikan, dan memiliki daya simpan lebih lama dibandingkan ikan segar. Inovasi tersebut juga membuka peluang diversifikasi produk olahan perikanan yang dapat dikembangkan oleh Kelompok Dasa Wisma.



Gambar 3. Proses pembuatan bakso dan nugget tuna

Dalam proses kegiatan pembuatan Bakso dan Nugget Tuna terdiri dari beberapa langkah langkah, Pembuatan Bakso Tuna: Cuci bersih daging tuna, potong kecil-kecil agar mudah di giling, Keringkan dengan tisu dapur agar tidak terlalu berair, Masukkan daging tuna kedalam foodprocessor atau blender, Tambahkan bawang putih halus, garam, gula, merica, dan kaldu bubuk, dan giling sampai halus, Tambahkan putih telur dan air es sedikit demi sedikit sampai terus digiling sampai adonan lembut dan agak mengental, Masukkan tepung tapioca aduk rata, Siapkan air panas di panci (jangan mendidih dulu), Ambil adonan bentuk bulat, Setelah semua bakso mengapung, nyalakan api besar hingga mendidih, Rebus sekitar 10 menit agar matang sempurna, Angkat, tiriskan, dan rendam sebentar di air es agar teksturnya kenyal. Pembuatan Nugget Tuna: Taburi ikan tuna dengan kunyit. Air lemon, garam, jahe., Setelah itu blender ikan tuna, wortel, duo bawang. Setelah itu campurkan terigu, telur, garam, merica. Sedikit air es/es batu hingga mengental., Masukkan adonan ke loyang sterilis untuk di kukus selama kurang lebih 30 menit. Setelah matang biarkan dingin

kemudian potong sesuai selera, Setelah di potong lumuri dengan putih telur dan kemudian balur dengan tepung roti, kemudian masukan ke dalam kulkas atau bisa langsung goreng.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota Kelompok Dasa Wisma dalam mengolah ikan tuna menjadi produk bakso dan nugget. Peserta mampu memahami tahapan pengolahan mulai dari pemilihan bahan baku, proses penggilingan, pencampuran bahan, pembentukan produk, hingga teknik pengemasan yang tepat. Peningkatan keterampilan ini terlihat dari kemampuan peserta dalam mengikuti seluruh tahapan praktik sesuai dengan arahan tim pelaksana. Pada saat praktik, seluruh peserta terlibat secara langsung dalam proses pembuatan produk. Bakso dan nugget tuna yang dihasilkan memiliki bentuk, tekstur, dan cita rasa yang baik, sehingga menunjukkan bahwa peserta telah mampu mengaplikasikan materi yang diberikan. Hal ini membuktikan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan keterampilan masyarakat.

Pelatihan pembukuan keuangan, pemasaran Digital dan Pelabelan. Pada praktik pembuatan produk olahan ikan tuna peserta pelatihan telah mampu mengemas secara menarik dan menyimpan secara benar. Pengemasan yang menarik dan informatif ini merupakan salah satu teknik pemasaran, karena penilaian awal pembeli dilihat dari kemasannya.



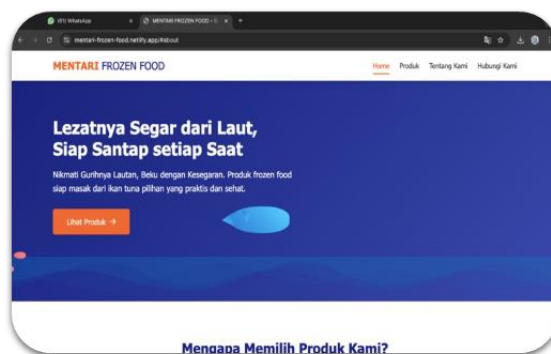
Gambar 4 Pelatihan pembukuan keuangan, pemasaran digital, pelabelan

Pelatihan manajemen usaha yang diberikan adalah menentukan harga pokok penjualan, pemeliharaan alat, menjaga ketersediaan bahan baku, pembuatan laporan keuangan sederhana, media promosi dan pemasaran digital melalui media sosial maupun *e-commerce*. Pada media pemasaran *e-commerce* mitra didaftarkan dan diberi pelatihan singkat pembuatan toko dan transaksi jual beli di platform shopee dan Tokopedia.

Pembuatan *E-Commerce*, Tim pemberdayaan kemitraan masyarakat dibantu anggota kelompok dasa wisma dan mahasiswa yang terlibat melakukan kegiatan Pembuatan sistem dan pengujian sistem *E-Commerce*. Berikut terlihat pada gambar dibawah ini merupakan tampilan sistem *E-Commerce* dan pengujian Sistem *E-Commerce*.

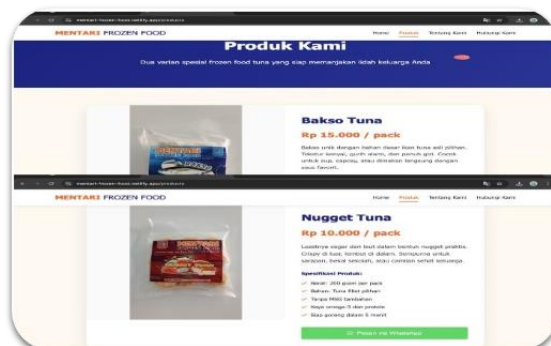
Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman awal mengenai pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran produk olahan ikan tuna. Peserta dikenalkan pada konsep pemasaran digital, penggunaan media sosial, serta platform e-commerce sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Pemanfaatan e-commerce dinilai penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk olahan ikan tuna.

Meskipun sebagian peserta masih memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital, kegiatan ini memberikan motivasi dan kepercayaan diri bagi peserta untuk mulai memanfaatkan media digital secara bertahap. Dengan pendampingan lanjutan, penerapan e-commerce diharapkan dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.



Gambar 5 Halaman beranda

Pada gambar tampilan beranda diatas menampilkan produk serta harga yang dipasarkan, menampilkan menu informasi tentang kelompok dasawisma, konfirmasi pemesanan, pengecekan resi pengiriman produk, menu cek transaksi pembelian produk dan keranjang pemesanan.



Gambar 6. Halaman produk

Pada gambar tampilan menu produk diatas menampilkan mengenai produk olahan ikan tuna berupa Bakso dan Nugget. Produk yang dihasilkan dalam kegiatan PKM berupa pembuatan Bakso dan Nugget Tuna yang mana

pada pemasakan produk ini dilakukan secara online (E-Commerce) dan offline. Dengan adanya kegiatan PKM ini dapat menghasilkan produk Bakso dan Nugget tuna yang mana pada produk ini membuat masyarakat menjadi kreatif dalam memasarkan produknya sehingga dengan adanya program ini dapat meningkatkan kualitas serta peningkatan jumlah produksinya.

Relevansi antara masyarakat Desa Luwoo, mitra Kelompok Dasa Wisma, dan Tim PKM UNISAN sangat kuat dalam pelaksanaan program pembuatan produk Bakso dan Nugget Tuna berbasis e-commerce. Gorontalo memiliki potensi alam yang kaya akan tanaman Ikan Tuna, namun pemanfaatannya masih terbatas pada konsumsi lokal tanpa nilai tambah ekonomi yang maksimal. Melalui kolaborasi ini, Tim PKM UNISAN memberikan pendampingan teknis dalam pengolahan ikan tuna menjadi produk bernilai jual tinggi seperti Bakso dan Nugget, sekaligus memperkenalkan sistem pemasaran digital melalui e-commerce. Hal ini membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengembangkan jiwa kewirausahaan lokal. Sinergi antara pengetahuan akademik dan potensi lokal ini menciptakan peluang ekonomi baru yang berkelanjutan bagi masyarakat Luwoo, sekaligus memperkuat peran perguruan tinggi dalam pengabdian kepada masyarakat.

Produk bakso dan nugget yang dihasilkan dapat diketahui memiliki manfaat yang unik, yaitu tidak hanya mampu menurunkan kadar kolesterol jahat (LDL) akan tetapi juga mampu meningkatkan kadar kolesterol baik (HDL). Ikan Tuna juga diketahui banyak mengandung omega 3, kalium, magnesium dan protein hewani yang cukup tinggi. Sehingga dengan mengkonsumsi ikan tuna diyakini tubuh akan bermanfaat untuk menjaga kesehatan jantung, meningkatkan fungsi otak dan daya ingat, mengurangi risiko depresi dan peradangan dan banyak manfaat lainnya dari mengkonsumsi olahan ikan tuna.

Program kemitraan masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan Kelompok Dasa Wisma melalui pengembangan wirausaha pengolahan ikan tuna menjadi produk bernilai tambah, seperti bakso dan nugget berbasis e-commerce, telah mencapai tingkat penyelesaian sekitar 80%. Capaian ini menunjukkan bahwa sebagian besar tahapan intervensi, mulai dari pelatihan produksi, pendampingan manajemen usaha, hingga penguatan strategi pemasaran digital, telah terlaksana secara sistematis. Secara konseptual, pendekatan ini selaras dengan paradigma *community empowerment* yang menekankan peningkatan kapasitas (*capacity building*), kemandirian ekonomi, dan partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal sebagai fondasi pembangunan berkelanjutan (Ulum & Anggaini, 2020).

Pelaksanaan pelatihan teknis dan pendampingan usaha tidak hanya bertujuan mentransfer keterampilan produksi, tetapi juga memperkuat aspek agensi dan kepercayaan diri anggota kelompok untuk mengelola usaha secara mandiri. Dalam perspektif teori pemberdayaan, proses ini merupakan bentuk penguatan kompetensi individu dan kolektif yang memungkinkan masyarakat mengontrol keputusan ekonomi mereka sendiri (Harini et al., 2023). Transformasi ikan tuna sebagai komoditas primer menjadi produk olahan bernilai tambah mencerminkan strategi hilirisasi berbasis potensi lokal, yang

dalam literatur kewirausahaan pedesaan dinilai efektif untuk meningkatkan daya saing serta menciptakan peluang pendapatan baru bagi rumah tangga (Priono & Sinansari, 2020).

Sebagai tindak lanjut, kegiatan monitoring dan evaluasi direncanakan untuk menilai konsistensi mutu produk, efektivitas manajemen usaha, serta pemanfaatan platform e-commerce dalam memperluas akses pasar. Evaluasi berkelanjutan penting dilakukan untuk memastikan keberlanjutan program sekaligus mengidentifikasi kendala adopsi inovasi digital. Berdasarkan teori *Diffusion of Innovations*, keberhasilan adopsi teknologi, termasuk sistem pemasaran daring, sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, manfaat relatif, dan dukungan sosial di lingkungan pengguna (Apidana & Pradita, 2024). Oleh karena itu, pemeliharaan (*maintenance*) instalasi sistem e-commerce menjadi langkah strategis guna menjamin keberfungsian teknologi dan keberlanjutan praktik pemasaran digital.

Lebih lanjut, penguatan kolaborasi kelembagaan antara Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) dan mitra lokal direncanakan untuk memperluas diseminasi praktik baik kepada kelompok UMKM lain di tingkat kecamatan maupun desa. Strategi ini sejalan dengan konsep pembangunan partisipatif yang menekankan sinergi antara aktor pemerintah, komunitas, dan pelaku usaha sebagai prasyarat keberhasilan program pemberdayaan (Aprilia et al., 2024). Integrasi pemasaran digital melalui e-commerce juga mendukung pendekatan Marketing 4.0, yang mengombinasikan interaksi luring dan daring untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan keterlibatan konsumen (Kotler & Armstrong, 2001). Dengan demikian, program tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas produksi kelompok sasaran, tetapi juga berpotensi menciptakan efek multiplikasi ekonomi bagi masyarakat desa secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas Kelompok Dasa Wisma Desa Luwoo. Dampak tersebut tidak hanya tercermin pada bertambahnya pengetahuan dan keterampilan teknis dalam pengolahan ikan tuna menjadi produk olahan bernilai tambah, tetapi juga pada penguatan aspek afektif dan motivasional, seperti tumbuhnya kepercayaan diri, inisiatif, serta semangat kewirausahaan peserta. Dalam perspektif teori pemberdayaan masyarakat, peningkatan kapasitas individu dan kolektif tersebut merupakan indikator penting dari proses empowerment, yaitu ketika masyarakat mampu mengontrol sumber daya, mengambil keputusan ekonomi, dan mengelola usaha secara mandiri (Ulum & Anggaini, 2020).

Lebih lanjut, kegiatan pelatihan dan pendampingan usaha berkontribusi terhadap terbentuknya perilaku kewirausahaan melalui pengembangan kreativitas, inovasi produk, serta kemampuan membaca peluang pasar. Hal ini sejalan dengan pandangan kewirausahaan yang menekankan bahwa usaha kecil berbasis sumber daya lokal dapat menjadi strategi efektif dalam menciptakan nilai tambah ekonomi dan memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga pedesaan (Aziz & Shohib, 2024). Transformasi ikan tuna sebagai komoditas perikanan lokal menjadi bakso dan nugget merupakan bentuk

hilirisasi produk yang secara ekonomi berpotensi meningkatkan margin keuntungan dibandingkan penjualan bahan mentah.

Integrasi sistem pemasaran berbasis e-commerce juga memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi distribusi, serta memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen. Pemanfaatan teknologi digital dalam konteks UMKM dinilai mampu memperkuat daya saing dan mempercepat pertumbuhan usaha karena mengurangi keterbatasan geografis (Kotler & Armstrong, 2001). Selain itu, berdasarkan teori *Diffusion of Innovations*, adopsi teknologi digital yang disertai pendampingan berkelanjutan akan meningkatkan peluang keberterimaan inovasi di tingkat komunitas (Apidana & Pradita, 2024). Dengan demikian, pengolahan ikan tuna berbasis e-commerce dapat menjadi alternatif usaha produktif yang berkelanjutan serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

SIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan Kelompok Dasa Wisma melalui pengolahan ikan tuna menjadi bakso dan nugget berbasis e-commerce berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi kewirausahaan anggota kelompok; peserta mampu mengikuti tahapan produksi dengan benar, menghasilkan produk berkualitas dan higienis, serta memahami dasar manajemen usaha dan pemasaran digital, termasuk pemanfaatan e-commerce untuk memperluas pasar. Untuk memastikan keberlanjutan program, disarankan dilakukan monitoring berkala setiap tiga bulan terhadap kualitas produk, volume penjualan, dan penggunaan platform e-commerce oleh peserta, pelatihan lanjutan terkait inovasi produk dan strategi pemasaran digital, serta pendampingan teknis rutin dalam pencatatan keuangan dan manajemen usaha; rencana tindak lanjut ini bertujuan agar peningkatan keterampilan dan adopsi teknologi dapat berdampak nyata pada peningkatan pendapatan, keberlanjutan usaha, dan pengembangan kewirausahaan lokal secara sistematis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, serta Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek) atas dukungan pendanaan pada Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemerintah desa dan Kelompok Dasa Wisma Desa Luwoo atas partisipasi dan kerja sama selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR RUJUKAN

Antriandarti, E., Barokah, U., Baskara, R., Anandito, K., Rahayu, W., Ramadani, A. R., & Madina, A. P. (2023). Pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir pantai Sadeng Gunungkidul melalui pengolahan ikan tuna. *Jurnal Warta LPM*, 26(1), 75–84.
<https://doi.org/10.23917/warta.v26i1.1198>

- Apidana, Y. H., & Pradita, N. (2024). Faktor penentu adopsi pemasaran media sosial di kalangan petani milenial Kabupaten Banyumas: Pendekatan technology acceptance model. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, 3(2), 1–26. <https://doi.org/10.32639/m2kve825>
- Aprilia, V. D., Ariska, T., Lanjar, D., Kusumajati, N. A., Satyawimba, A. R. F., Kesuma, D. F. C., & Giovanni, A. (2024). *Model kelembagaan petani muda* (D. A. Nugroho (ed.)). Pustaka Rumah C1nta.
- Aziz, I. N., & Shohib, M. (2024). Pemberdayaan kelompok ibu sosialita melalui pelatihan keterampilan kewirausahaan berbasis potensi lokal. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 58–67. <https://doi.org/10.57060/community.v4i01.112>
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 2* (H. Teguh, R. A. Rusli, & B. Molan (eds.); Ed. Mileni). Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 2, E). Erlangga.
- Kurniawan, D., Nisaa', C., & Purwati, S. (2024). Peran kelompok wanita tani (KWT) Pandan Wangi dalam pengelolaan pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Wilayu Kecamatan Selomerto Kabupaten Wonosobo. *Jendela PLS*, 9(2), 190–199. <https://doi.org/10.37058/jpls.v9i2.13450>
- Kusrini, N., Sulistiawati, R., Imelda, & Hurriyani, Y. (2017). Pemberdayaan masyarakat dalam pemanfaatan sumber daya lokal di Desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(2), 139–150. <https://doi.org/10.21067/jpm.v2i2.2058>
- Meliyah, N., Nurhasanah, Rayhan, H., & Khair, O. iqbal. (2025). Pemanfaatan e-commerce oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum*, 2(3), 223–230. <https://doi.org/10.60126/sainmikum.v2i3.1052>
- Merisda, S. A., Puryono, D. A., & Haryani, N. (2022). Penerapan e-commerce untuk meningkatkan daya saing UMKM Jenang Kudus. *Jurnal Elektro Luceat*, 8(1). <https://doi.org/10.32531/jelekn.v8i1.448>
- Munaeni, W., Rombe, K. H., A, N., Nur, M., Rachman, R. M., Agam, B., Ikhsan, N., Sumarlin, Gaffar, S., Pariakan, A., Muchdar, F., Irawan, H., Rosalina, D., & Nurhayati, D. (2024). *Potensi dan pengelolaan perikanan* (F. Maulana & M. S. Hamka (eds.)). Kamiya Jaya Aquatic.
- Pratama, V. Y., Suharno, I. D., Aji, M. R., Hapsari, T. D., & Aniroh. (2022). Pemberdayaan masyarakat desa Bugangan melalui pengembangan produk olahan ikan. *Indonesian Journal of Community Services in Engineering & Education (IJOCSEE)*, 2(2), 139–148. <https://doi.org/10.17509/ijocsee.v2i2.50249>
- Priono, B., & Sinansari, S. (2020). *Peran gender dalam peningkatan daya saing produk perikanan*. Penebar Media Pustaka.

- Siburian, D. P. T., Hartiyani, S. D., Wicaksono, A., & Gustina, S. (2024). Design of a web-based e-commerce sales system for the economic empowerment of tambak fish farmers. *IJID (International Journal on Informatics for Development)*, 13(1), 400–417. <https://doi.org/10.14421/ijid.2024.4440>
- Ulum, M. C., & Anggaini, N. L. V. (2020). *Community empowerment: Teori dan praktik pemberdayaan komunitas*. UB Press.
- Wardana, R. S., Erlisya, V., Simbolon, L. O. B., Simanjuntak, G. Y., & Firman. (2025). Strategi pemberdayaan masyarakat pesisir di Provinsi Kepulauan Riau melalui inovasi pengolahan hasil tangkap nelayan dalam meningkatkan nilai tambah produk perikanan. *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 8(1), 14–21. <https://doi.org/0.33627/es.v8i1.3306>
- Yusuf, M., Agustina, S. S., Jamil, F. A., Nasution, A. R., Faria, A., Fr, U., Masani, S., Kasia, M. M., & Supriastuti, E. (2025). Pemberdayaan ekonomi perempuan nelayan melalui inovasi dan keterampilan pengolahan produk perikanan di desa Gondang, Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(4), 1209–1218. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v8i4.13406>