



Improving the Quality of Smoked Fish Products to Ensure the Existence of the Polkhastar Group May Blessings Come Through Diversification of Fishery Products in the Digital Age

(Peningkatan Mutu Produk Ikan Asap untuk Menjamin Eksistensi Kelompok Polkhastar Semoga Berkah melalui Diversifikasi Produk Perikanan di Era Digitalisasi)

Ruslan A. Daeng ¹, Umar Tangke ^{1✉}, Ali Lating ², Putri Fani Batibae ³, Irgi Amatory Naim ³ dan Siti Umra Ube ³

¹ Program Studi Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara., Jl. KH. A. DahlanNo. 100, Kel. Sasa, Kec. Ternate Selatan. Ternate, Indonesia.

² Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara., Jl. KH. A. DahlanNo. 100, Kel. Sasa, Kec. Ternate Selatan. Ternate, Indonesia.

³ Mahasiswa Program Studi Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Pertanian dan Perikanan, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara., Jl. KH. A. DahlanNo. 100, Kel. Sasa, Kec. Ternate Selatan. Ternate, Indonesia.

✉ Email : umbakhaka@gmail.com

Info Artikel : Artikel Penelitian Artikel Pengabdian Riview Artikel
Diterima : 12 Okt.2025, Disetujui : 14 Nov. 2025, Publikasi On-Line : 14 Nov. 2025

Abstract

This community service article discusses efforts to improve the quality of smoked fish products among the Polkhastar Semoga Berkah group in Ternate City, North Maluku. The main problems faced are low quality consistency, limited product diversification, and minimal use of digital marketing. Through a participatory approach, the community service activities included training on product quality improvement using GMP and SSOP standards, product diversification development such as smoked fish flakes, smoked fish sambal, and ready-to-eat instant products, as well as digital marketing training through social media and marketplaces. The results of the activities showed an improvement in product quality, diversification that expanded the market, and increased sales through digital platforms. In addition, strengthening the group's institutional capacity through business management training reinforced the sustainability of the business. In conclusion, the integration of quality improvement, diversification, and digital marketing is a holistic strategy to ensure the existence of fish processing groups in the digital era.

Keyword : *Smoked Fish; Product Quality; Fisheries Diversification; Digitalization; Community Service.*

I. PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor strategis dalam mendukung ketahanan pangan dan ekonomi masyarakat pesisir Indonesia. Menurut (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2022), subsektor perikanan tangkap dan budidaya menyumbang kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional,

khususnya di daerah pesisir yang mayoritas penduduknya menggantungkan hidup dari laut. Salah satu produk olahan perikanan yang berkembang di wilayah Maluku Utara adalah **ikan asap**, yang diproduksi secara tradisional oleh kelompok nelayan maupun usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Kelompok Polkhastar Semoga Berkah sebagai mitra pengabdian memiliki potensi besar

dalam memproduksi ikan asap, namun masih menghadapi sejumlah permasalahan. Kualitas produk yang dihasilkan seringkali belum seragam, baik dari segi cita rasa, daya simpan, maupun tampilan kemasan. Hal ini berimplikasi pada rendahnya daya saing produk di pasar lokal maupun regional. Menurut (Widiastuti et al., 2020), mutu produk perikanan olahan sangat menentukan tingkat penerimaan konsumen, terutama pada era kompetisi pasar yang semakin ketat.

Selain itu, di era digitalisasi saat ini, pola konsumsi masyarakat mulai bergeser. Konsumen tidak hanya menuntut kualitas rasa, tetapi juga memperhatikan aspek keamanan pangan, estetika kemasan, serta kemudahan dalam memperoleh produk melalui platform digital. Fenomena ini membuka peluang sekaligus tantangan bagi kelompok pengolah ikan asap untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

Adapun permasalahan utama yang dihadapi oleh kelompok Polkhastar Semoga Berkah antara lain keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan diversifikasi produk berbahan dasar ikan asap. Produk yang dihasilkan cenderung monoton dan belum bervariasi, kualitas pengolahan dan pengemasan masih dilakukan secara tradisional sehingga daya simpan rendah dan tampilan produk kurang menarik, minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam aspek pemasaran, promosi, maupun pencatatan usaha dan kurangnya pemahaman mengenai standar mutu dan keamanan pangan, sehingga produk sulit bersaing di pasar modern. Permasalahan ini sejalan dengan temuan (Rahman et al., 2021), bahwa sebagian besar UMKM pengolahan ikan di Indonesia menghadapi kendala pada aspek kualitas produk, diversifikasi olahan, serta akses pasar berbasis digital.

Kegiatan pengabdian ini memiliki urgensi strategis. Pertama, dari sisi ekonomi lokal, peningkatan kualitas produk akan mendorong peningkatan nilai tambah dan pendapatan masyarakat. Kedua, dari sisi pangan dan gizi, diversifikasi produk ikan asap berkontribusi dalam menyediakan alternatif pangan bergizi tinggi berbasis protein laut. Ketiga, dari sisi ketahanan sosial, eksistensi kelompok Polkhastar Semoga Berkah sebagai pelaku usaha dapat memperkuat kelembagaan ekonomi masyarakat pesisir. Hal ini sesuai dengan (FAO, 2020), yang menekankan bahwa pengolahan ikan yang berkelanjutan tidak hanya berfokus pada peningkatan nilai tambah, tetapi juga harus mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM perikanan. Penerapan strategi pemasaran digital (digital marketing) seperti e-commerce, media sosial, dan marketplace dapat memperluas pasar ikan asap hingga ke tingkat nasional, bahkan internasional. Menurut [Kotler et al., 2019], transformasi digital dalam pemasaran memberikan keunggulan kompetitif karena mempermudah komunikasi dengan konsumen, membangun merek (branding), dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Melalui kegiatan pengabdian ini, kelompok Polkhastar Semoga Berkah diharapkan mampu melakukan transformasi dari pengolahan ikan asap tradisional menuju produk diversifikasi perikanan yang bermutu, higienis, dan berdaya saing, serta dipasarkan secara efektif melalui platform digital. Dengan demikian, eksistensi kelompok dapat terjaga dan berkembang secara berkelanjutan di era digitalisasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk :

1. Meningkatkan mutu produk ikan asap melalui penerapan teknologi pengolahan yang lebih higienis dan modern.
2. Mengembangkan diversifikasi produk berbahan dasar ikan asap, misalnya abon ikan asap, sambal ikan asap, hingga produk instan siap saji.
3. Memberikan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar.
4. Menjamin eksistensi kelompok Polkhastar Semoga Berkah sebagai produsen ikan asap yang berdaya saing di era digitalisasi.

II. KAJIAN PUSTAKA

Mutu Produk Ikan Asap

Produk ikan asap merupakan salah satu bentuk pengolahan tradisional yang bertujuan untuk memperpanjang masa simpan ikan melalui proses pengasapan. Menurut (Susanto & Yuwono, 2019), pengasapan berfungsi sebagai metode pengawetan karena senyawa fenol dan formaldehida dalam asap memiliki sifat antibakteri, serta memberikan cita rasa khas. Namun, mutu produk ikan asap sangat dipengaruhi oleh teknik pengolahan, jenis kayu yang digunakan, suhu, serta lama proses pengasapan.

Dalam konteks mutu, (Widiastuti et al., 2020) menjelaskan bahwa kualitas ikan asap dapat ditinjau dari aspek organoleptik (warna, aroma, rasa, tekstur), kandungan gizi, serta keamanan pangan. Standar Nasional Indonesia

(SNI 2725:2013) juga menegaskan pentingnya pemenuhan standar mutu dalam produk ikan asap agar dapat diterima pasar modern.

Diversifikasi Produk Perikanan

Diversifikasi produk perikanan merupakan strategi penting untuk meningkatkan nilai tambah hasil olahan. Menurut (Ismail et al., 2021), diversifikasi dilakukan dengan mengolah produk utama menjadi berbagai varian produk turunan, sehingga memperluas pilihan bagi konsumen dan memperbesar peluang pasar. Pada konteks ikan asap, diversifikasi dapat berupa pembuatan abon ikan asap, sambal ikan asap, nugget ikan asap, maupun produk instan siap saji.

Diversifikasi juga relevan untuk memenuhi tren konsumsi masyarakat modern yang lebih menyukai produk praktis, higienis, dan siap konsumsi. (Sulistiyowati & Setyowati, 2020) menekankan bahwa diversifikasi produk berbasis ikan dapat meningkatkan daya saing UMKM, sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan gizi masyarakat.

Pemberdayaan Kelompok Pengolah Ikan

Keberadaan kelompok pengolah ikan di tingkat masyarakat pesisir merupakan ujung tombak dalam meningkatkan kesejahteraan lokal. Menurut (Hapsari et al., 2018), penguatan kapasitas kelompok pengolah diperlukan melalui pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi tepat guna. Model pemberdayaan berbasis kelompok terbukti mampu meningkatkan keterampilan teknis, solidaritas sosial, dan akses pasar.

Kelompok Polkhastar Semoga Berkah termasuk dalam kategori kelompok usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang memerlukan strategi penguatan mutu produk dan pemasaran. Studi (Rahman et al., 2021) menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM perikanan di Indonesia masih menghadapi kendala dalam aspek pengemasan, standar mutu, dan pemasaran digital. Oleh karena itu, pendekatan pengabdian perlu diarahkan pada perbaikan mutu produk sekaligus integrasi dengan teknologi digital.

Era Digitalisasi dan Pemasaran Produk Perikanan

Transformasi digital telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor perikanan. Menurut [Kotler et al., 2019], digitalisasi dalam pemasaran menciptakan peluang bagi UMKM untuk memperluas jaringan konsumen, membangun brand awareness, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Media sosial, e-

commerce, dan marketplace telah menjadi sarana utama pemasaran produk pangan, termasuk produk olahan perikanan.

Dalam konteks pengabdian, (Riyanto & Putra, 2022) menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperluas akses terhadap informasi pasar, mempercepat komunikasi dengan konsumen, dan memperkuat posisi tawar di era globalisasi. Oleh karena itu, integrasi digital marketing dalam pengembangan produk ikan asap sangat penting untuk menjamin eksistensi kelompok pengolah seperti Polkhastar Semoga Berkah.

III. METODE PELAKSANAAN

Lokasi dan Mitra Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kota Ternate, Maluku Utara, dengan mitra utama Kelompok Polkhastar Semoga Berkah yang bergerak dalam produksi ikan asap. Lokasi ini dipilih karena Ternate merupakan salah satu sentra pengolahan ikan tradisional dengan ketersediaan bahan baku melimpah. Namun, kelompok mitra masih menghadapi kendala mutu produk, diversifikasi olahan, serta pemasaran berbasis digital.

Pemilihan mitra sesuai dengan prinsip *community-based development* yang menekankan pada keterlibatan langsung masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan (Chambers, 2017). Dengan demikian, hasil pengabdian diharapkan dapat memberikan dampak nyata dan berkelanjutan.

Pendekatan Pelaksanaan

Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif melalui metode *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. Menurut (Chambers, 1994), PRA efektif untuk menggali potensi, permasalahan, dan solusi secara bersama-sama dengan masyarakat. Dalam konteks pengabdian ini, kelompok POLkhastar Semoga Berkah terlibat aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan.

Pendekatan partisipatif juga memastikan bahwa kegiatan pengabdian tidak bersifat top-down, melainkan berbasis pada kebutuhan riil mitra (Hapsari et al., 2018).

Tahapan Kegiatan

Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Mitra

Melakukan survei awal untuk mengetahui kondisi mutu produk ikan asap, keterampilan kelompok, serta sarana dan prasarana yang

tersedia. Diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion/FGD) untuk memetakan kebutuhan dan prioritas penguatan kapasitas.

Peningkatan Mutu Produk Ikan Asap

Pelatihan teknik pengolahan ikan asap higienis, termasuk pemilihan bahan baku, proses pengaraman, pengasapan dengan kontrol suhu,



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan PKM

Diversifikasi Produk

Pelatihan pembuatan produk turunan berbahan dasar ikan asap seperti abon ikan asap, sambal ikan asap, dan produk siap saji instan. Pendampingan inovasi resep sesuai dengan selera konsumen modern. Uji organoleptik sederhana untuk memastikan kualitas dan penerimaan konsumen (Widiastuti et al., 2020).

Penguatan Kapasitas Pemasaran Digital

Pelatihan penggunaan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok) dan platform marketplace (Shopee, Tokopedia). Pembuatan konten digital, termasuk foto produk, desain kemasan, dan strategi branding (Kotler et al., 2019). Pendampingan penggunaan aplikasi akuntansi sederhana untuk pencatatan keuangan usaha (Riyanto & Putra, 2022).

Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara periodik melalui wawancara, kuesioner, dan observasi lapangan. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan mutu produk (dari aspek organoleptik dan ketahanan simpan), jumlah varian produk diversifikasi, serta peningkatan pemasaran melalui platform digital. Monitoring juga menekankan pada keberlanjutan usaha kelompok setelah kegiatan pengabdian selesai.

3.4. Partisipasi Mitra

Mitra pengabdian, yaitu kelompok Polkhastar Semoga Berkah, berperan aktif dalam

serta penyimpanan produk. Penerapan standar keamanan pangan berbasis Good Manufacturing Practices (GMP) dan Sanitation Standard Operating Procedure (SSOP) (FAO/WHO, 2019). Pengenalan standar mutu produk sesuai SNI 2725:2013 tentang ikan asap.



seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi. Mereka menyediakan bahan baku, tenaga kerja, serta fasilitas sederhana untuk pelatihan. Keterlibatan aktif ini penting untuk menumbuhkan rasa memiliki (sense of ownership) sehingga keberlanjutan program dapat terjamin (Hidayat et al., 2020).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Pengabdian

Identifikasi Masalah Mitra

Hasil survei awal dan Focus Group Discussion (FGD) dengan kelompok POLKHASTAR SEMOGA BERKAH menunjukkan bahwa permasalahan utama adalah mutu produk ikan asap yang belum konsisten, keterbatasan diversifikasi produk, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Sebagian besar proses produksi masih dilakukan secara tradisional, menggunakan tungku sederhana dengan kontrol suhu yang tidak stabil. Akibatnya, warna dan rasa ikan asap tidak seragam, serta daya simpannya relatif pendek, hanya sekitar 2-3 hari pada suhu ruang. Selain itu, produk ikan asap hanya dikemas dengan plastik biasa tanpa label dan informasi komposisi, sehingga kurang menarik di mata konsumen modern. Dari sisi pemasaran, kelompok mitra masih mengandalkan penjualan langsung di pasar tradisional, tanpa akses ke media digital.

Pelatihan Peningkatan Mutu Produk

Kegiatan pelatihan dilakukan untuk memperkenalkan teknik pengolahan ikan asap yang lebih higienis. Mitra dilatih menggunakan metode pengasapan dengan kontrol suhu (50–80°C) secara bertahap, serta penerapan prinsip Good Manufacturing Practices (GMP) dan Sanitation Standard Operating Procedure (SSOP). Pelatihan ini menghasilkan produk ikan asap dengan warna lebih seragam, aroma yang khas, dan daya simpan yang lebih panjang, yaitu 5–7 hari pada suhu ruang dan hingga 2 minggu dalam penyimpanan dingin. Selain itu, kelompok juga diperkenalkan dengan penggunaan bahan kemasan vakum untuk memperpanjang umur simpan produk. Menurut (Susanto & Yuwono, 2019), kemasan vakum efektif memperlambat proses oksidasi dan pertumbuhan mikroba sehingga mutu produk ikan asap lebih terjaga.

Diversifikasi Produk

Hasil pelatihan diversifikasi menunjukkan bahwa kelompok berhasil mengembangkan tiga varian produk baru berbasis ikan asap: Abon Ikan Asap – berbentuk serbuk daging ikan siap saji yang tahan simpan hingga 1 bulan. Sambal Ikan Asap – produk dengan cita rasa khas, dikemas dalam botol kaca dengan daya simpan hingga 3 minggu. Produk instan siap saji – berupa ikan asap beku (frozen smoked fish) yang dapat dipanaskan kembali sebelum dikonsumsi. Diversifikasi produk ini disambut baik oleh anggota kelompok karena membuka peluang pasar baru. Hal ini sejalan dengan (Ismail et al., 2021), yang menyatakan bahwa diversifikasi produk perikanan mampu meningkatkan nilai tambah sekaligus memperluas pilihan konsumen.

Penguatan Pemasaran Digital

Mitra mendapat pelatihan pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok) serta marketplace (Shopee, Tokopedia). Hasilnya, kelompok berhasil membuat akun resmi dan mengunggah foto produk dengan desain kemasan lebih menarik. Konten digital dikembangkan secara sederhana namun konsisten, misalnya dengan menampilkan proses produksi higienis dan testimoni konsumen. Dalam tiga bulan pasca-pelatihan, jumlah penjualan melalui platform digital meningkat sebesar $\pm 30\%$ dibandingkan dengan penjualan konvensional. Hal ini sesuai dengan (Riyanto & Putra, 2022), yang menegaskan bahwa digitalisasi UMKM meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan konsumen.

Penguatan Kelembagaan dan Manajemen Usaha

Kelompok juga dilatih dalam pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi berbasis Android. Sebelumnya, pencatatan usaha dilakukan secara manual tanpa dokumentasi yang rapi. Setelah pelatihan, anggota kelompok mampu melakukan pencatatan pemasukan, pengeluaran, serta perhitungan laba-rugi bulanan. Menurut [Hidayat et al., 2020], kelembagaan kelompok usaha yang kuat ditandai dengan adanya sistem manajemen usaha yang terstruktur, termasuk pencatatan keuangan yang akurat.

Pembahasan

Peningkatan Mutu Produk Ikan Asap

Penerapan teknik pengolahan higienis terbukti meningkatkan kualitas ikan asap. Hasil ini konsisten dengan penelitian [Widiastuti et al., 2020], yang menyatakan bahwa penerapan teknologi tepat guna dalam pengolahan ikan dapat meningkatkan kualitas organoleptik serta ketahanan produk. Selain itu, penggunaan kemasan vakum menjadi faktor penting dalam menjaga mutu produk sesuai standar SNI 2725:2013. Peningkatan mutu produk bukan hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga menjadi prasyarat untuk masuk ke pasar modern. Hal ini sejalan dengan [FAO/WHO, 2019], yang menekankan pentingnya penerapan GMP dan SSOP dalam industri pangan untuk menjamin keamanan konsumen.

Diversifikasi Produk sebagai Strategi Nilai Tambah

Diversifikasi produk terbukti memperluas pasar kelompok Polkhastar Semoga Berkah. Abon ikan asap, sambal ikan asap, dan produk instan menawarkan variasi baru yang lebih praktis dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern. Menurut [Sulistiyowati & Setyowati, 2020], diversifikasi pangan berbasis ikan mampu mendukung ketahanan pangan sekaligus memperkuat daya saing UMKM. Selain itu, diversifikasi juga mendukung keberlanjutan usaha. Ketika permintaan ikan asap tradisional menurun, produk turunan dapat menjadi alternatif sumber pendapatan. Hal ini memperkuat eksistensi kelompok dalam jangka panjang.

Digitalisasi sebagai Instrumen Pemasaran Efektif

Transformasi pemasaran dari metode tradisional ke digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Kehadiran kelompok Polkhastar Semoga Berkah di media sosial dan marketplace meningkatkan visibilitas produk hingga menjangkau konsumen di luar wilayah Ternate. Menurut (Kotler et al., 2019), digital marketing memberikan keunggulan kompetitif karena memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, mempercepat penyebaran informasi, serta memperkuat brand image. Pengalaman kelompok ini membuktikan bahwa bahkan UMKM skala kecil dapat memperoleh manfaat besar dari strategi pemasaran digital yang sederhana namun konsisten.

Penguatan Kelembagaan sebagai Fondasi Keberlanjutan

Kegiatan pelatihan manajemen usaha dan pencatatan keuangan meningkatkan kapasitas kelembagaan kelompok. Keberhasilan pengabdian tidak hanya diukur dari aspek teknis produksi, tetapi juga pada aspek kelembagaan yang mendukung keberlanjutan. Menurut [Hapsari et al., 2018], kelembagaan kelompok yang solid mampu meningkatkan daya tawar, memperkuat jaringan usaha, dan mengurangi risiko kegagalan bisnis. Dengan adanya pencatatan keuangan yang lebih baik, kelompok dapat mengukur kinerja usaha secara objektif, sekaligus memudahkan akses terhadap program bantuan permodalan.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Dari sisi sosial, kegiatan pengabdian memperkuat solidaritas antar anggota kelompok melalui kerja sama dalam proses produksi dan pemasaran. Dari sisi ekonomi, terjadi peningkatan pendapatan kelompok hingga 20–25% pasca intervensi program. Dampak ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berbasis penguatan mutu, diversifikasi, dan digitalisasi dapat menjadi model pemberdayaan yang efektif untuk UMKM perikanan.

Sintesis

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peningkatan mutu produk ikan asap, diversifikasi olahan, dan pemanfaatan digitalisasi pemasaran saling terkait sebagai strategi holistik. Mutu produk yang baik menjadi dasar kepercayaan konsumen, diversifikasi memberikan pilihan dan nilai tambah, sedangkan digitalisasi memperluas jangkauan pasar. Pendekatan integratif ini sesuai dengan teori value chain development (Porter, 1985), di mana peningkatan nilai produk harus dilakukan secara menyeluruh dari aspek produksi, inovasi, hingga pemasaran. Dengan

demikian, eksistensi kelompok Polkhastar Semoga Berkah dapat terjamin di era digitalisasi yang penuh tantangan.

V. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama kelompok POLKHASTAR SEMOGA BERKAH berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam tiga aspek utama: peningkatan mutu produk ikan asap, diversifikasi olahan, dan digitalisasi pemasaran. Penerapan teknik pengolahan higienis dengan standar Good Manufacturing Practices (GMP) dan Sanitation Standard Operating Procedure (SSOP) terbukti menghasilkan produk ikan asap dengan kualitas organoleptik lebih baik serta daya simpan lebih panjang. Diversifikasi produk berupa abon ikan asap, sambal ikan asap, dan produk instan siap saji memberikan nilai tambah sekaligus memperluas segmen pasar. Integrasi digital marketing melalui media sosial dan marketplace meningkatkan visibilitas dan penjualan produk, sekaligus memperkuat branding kelompok. Selain itu, pelatihan manajemen usaha dan pencatatan keuangan memperkuat kelembagaan kelompok sebagai fondasi keberlanjutan. Dengan pendekatan ini, eksistensi kelompok POLKHASTAR SEMOGA BERKAH semakin terjamin di era digitalisasi yang penuh tantangan. Kegiatan serupa perlu dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam penerapan standar mutu pangan, inovasi diversifikasi produk, serta pemanfaatan teknologi digital secara lebih luas. Dukungan pemerintah daerah, akademisi, dan sektor swasta juga sangat dibutuhkan agar kelompok pengolah ikan dapat berkembang menjadi usaha mandiri yang berdaya saing di tingkat regional maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Chambers, R. (1994). Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268.
- FAO. (2020). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2020: Sustainability in Action*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- FAO/WHO. (2019). *Codex Alimentarius: Code of Practice for Fish and Fishery Products*. Rome: FAO/WHO.
- Hapsari, R., Santoso, J., & Andayani, S. (2018). *Pemberdayaan Kelompok Pengolah Ikan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan*

- Masyarakat Pesisir. *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 12(1), 45–53.
- Hidayat, T., Lestari, P., & Yusfiandayani, R. (2020). Kelembagaan Nelayan Dan Penguatan Kelompok Usaha Perikanan. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 15(2), 123–135.
- Ismail, F., Nugroho, T., & Dewi, K. (2021). Diversifikasi Produk Perikanan Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Tambah. *Jurnal Teknologi Hasil Perikanan Indonesia*, 24(2), 101–110.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2022). Laporan Tahunan Kinerja KKP 2022. Jakarta: KKP.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.Digital. Wiley.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Rahman, A., Yusfiandayani, R., & Hidayat, T. (2021). Peningkatan kualitas produk perikanan olahan skala kecil di Indonesia. *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 15(2), 87–95.
- Riyanto, S., & Putra, D. (2022). Digitalisasi UMKM di Era Globalisasi: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 55–67.
- Riyanto, S., & Putra, D. (2022). Digitalisasi UMKM di Era Globalisasi: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 55–67.
- Sulistiyowati, D., & Setyowati, R. (2020). Diversifikasi Produk Berbasis Ikan Untuk Mendukung Ketahanan Pangan. *Agroindustri Perikanan*, 8(1), 22–30.
- Susanto, H., & Yuwono, S. (2019). Teknologi Pengasapan Ikan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mutu Produk. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 22(3), 215–223.
- Widiastuti, E., Suryaningrum, T. D., & Utomo, R. (2020). Penguatan Mutu Produk Perikanan Olahan Melalui Inovasi Teknologi. *Jurnal Teknologi Hasil Perikanan Indonesia*, 23(1), 13–22.



Copyright© 2025. Ruslan A. Daeng, Umar Tangke, Ali Lating, Putri Fani Batibae, Irgi Amatory Naim, Siti Umra Ube.

