Penguatan UMKM Ikan Asin Berbasis Kesehatan Kerja, Kualitas Produk dan Daya Saing untuk Mendorong Kemandirian Ekonomi Masyarakat Pesisir

Ani T. Prianti[1*], Andi Meinar Dwi Rantisari Thayeb[2], Sardi Anto[3], Mohammad Isra Namkatu[4], Eka Putri Anugrah[5]
[1, 2, 3)] Dosen Universitas Megarezky, Makassar, Indonesia
[4, 5)] Mahasiswa Universitas Megarezky, Makassar, Indonesia
Email*: anhyanhy401@gmail.com, meinardwirantisari@gmail.com , antosardi1@gmail.com

Abstrak

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha dan penjual ikan asin di Kelurahan Lappa melalui penguatan kesehatan dan keselamatan kerja (K3), manajemen usaha, pemasaran digital, serta pengembangan kemasan produk. Kegiatan dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu Mei–Juli 2026, dengan pelatihan utama pada 15–16 Juli 2026 yang diikuti oleh 20 peserta. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup penerapan K3 dan sanitasi dalam proses produksi, penggunaan alat pelindung diri (APD), kewirausahaan dan pencatatan sederhana, strategi pemasaran digital melalui media sosial, serta teknik pengemasan produk yang lebih menarik dan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan praktik kerja yang lebih aman dan higienis, mengelola usaha, meningkatkan tampilan produk, serta memanfaatkan Instagram dan Facebook sebagai media pemasaran. Partisipasi aktif peserta selama diskusi dan praktik menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dapat mendukung proses pemberdayaan pelaku usaha ikan asin. Program ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM ikan asin di Kelurahan Lappa. Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan lanjutan dalam aspek legalitas usaha, keamanan pangan, branding, pemanfaatan marketplace, dan perluasan jaringan pemasaran.

Kata kunci: Pemberdayaan masyarakat; Ikan asin; Kesehatan dan keselamatan kerja; UMKM; Pemasaran digital; pengemasan.

Abstract

This Community Partnership Empowerment Program (PKM) aimed to improve the capacity of salted fish producers and vendors in Lappa Village through strengthening occupational health and safety (OHS), business management, digital marketing, and product packaging. The program was conducted over three months, from May to July 2026, with the main training activities held on July 15–16, 2026, and attended by 20 participants. The implementation method consisted of program socialization, training, hands-on practice, mentoring, and evaluation. The training covered the implementation of OHS and sanitation practices in the production process, the use of personal protective equipment (PPE), entrepreneurship and basic financial record-keeping, digital marketing strategies through social media, and improved product packaging techniques. The results indicated that the participants' knowledge and skills had improved in implementing safer and more hygienic work practices, managing their businesses, improving product presentation, and utilizing Instagram and Facebook as digital marketing platforms. The active participation of the participants in discussions and practical sessions demonstrated that a participatory approach had effectively supported the empowerment process among salted fish producers and vendors. The program had contributed positively to strengthening the capacity and competitiveness of salted fish micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Lappa Village. Continued mentoring was recommended, particularly in business legality, food safety, branding, marketplace utilization, and expansion of marketing networks.

Keywords: *Community empowerment; Salted fish; Occupational health and safety; MSMEs; Digital marketing; product packaging.*

PENDAHULUAN

Kelurahan Lappa merupakan salah satu wilayah pesisir di Kabupaten Sinjai yang memiliki potensi pada sektor pengolahan hasil perikanan, khususnya usaha pengolahan dan penjualan ikan kering atau ikan asin. Aktivitas pengolahan hasil perikanan skala rumah tangga memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai tambah hasil tangkapan dan mendukung sumber pendapatan masyarakat pesisir. Jenis ikan yang umum digunakan sebagai bahan baku antara lain ikan teri, kerapu, layang, dan tembang yang diperoleh dari hasil tangkapan nelayan lokal. Produk ikan kering tersebut dipasarkan dengan harga relatif terjangkau, sedangkan volume penjualan berbeda antar pelaku usaha. Berdasarkan hasil survei awal tim pelaksana, produsen dengan skala lebih besar mampu menjual sekitar 30–50 liter per hari, sementara sebagian pelaku usaha lainnya memasarkan sekitar 5–15 liter per hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas pengolahan ikan asin di Lappa memiliki potensi ekonomi yang masih dapat dikembangkan melalui peningkatan nilai tambah, mutu produk, dan akses pasar. Pengembangan nilai tambah pada produk perikanan menjadi penting karena pengolahan dan diversifikasi produk dapat memperpanjang masa simpan sekaligus meningkatkan nilai ekonomi hasil perikanan (Mulyawan et al., 2019; Gustiningrum et al., 2025).

Meskipun memiliki ketersediaan bahan baku yang relatif melimpah, proses produksi ikan asin di Kelurahan Lappa masih dilakukan secara tradisional dan sangat bergantung pada kondisi cuaca. Penjemuran ikan yang dilakukan di ruang terbuka menyebabkan proses pengeringan dipengaruhi oleh hujan, kelembapan, suhu, debu, dan kondisi lingkungan lainnya. Selain itu, penerapan sanitasi dan higiene selama proses pengolahan serta pengendalian penggunaan garam masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut dapat menyebabkan mutu produk menjadi tidak seragam dan meningkatkan risiko kontaminasi apabila prinsip keamanan pangan tidak diterapkan secara konsisten. Prinsip keamanan pangan menekankan pentingnya menjaga kebersihan, mencegah kontaminasi, serta memastikan bahan dan proses pengolahan pangan berlangsung dalam kondisi yang aman. Oleh karena itu, penerapan sanitasi dan higiene dalam pengolahan ikan asin merupakan bagian penting dalam menjaga mutu dan keamanan produk (World Health Organization, 2006; Badan Standardisasi Nasional, 2015).

Sebagian besar pelaku usaha ikan asin di Kelurahan Lappa berasal dari keluarga dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah. Berdasarkan hasil survei dan wawancara awal tim pelaksana, tingkat pendidikan pelaku usaha didominasi oleh lulusan sekolah dasar dan sekolah menengah pertama sehingga akses terhadap pengetahuan manajemen usaha, pemasaran modern, serta kesehatan dan keselamatan kerja masih terbatas. Kondisi keterbatasan pengetahuan dan sumber daya juga menjadi salah satu tantangan yang umum dihadapi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah dalam penerapan keselamatan dan kesehatan kerja. Keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan sistem pengelolaan dapat menyebabkan penerapan K3 pada UMKM belum optimal sehingga diperlukan peningkatan kapasitas melalui edukasi dan pendampingan (International Labour Organization, 2020; Padhil et al., 2025). Dengan demikian, peningkatan pemahaman mengenai K3 dan pengolahan pangan yang higienis menjadi salah satu kebutuhan penting dalam pengembangan usaha ikan asin di Kelurahan Lappa.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara awal yang dilakukan oleh tim pelaksana, terdapat sekitar 20–30 pelaku usaha aktif yang terlibat dalam pengolahan dan penjualan ikan asin di Kelurahan Lappa, dengan keterlibatan perempuan dan ibu rumah tangga yang cukup dominan dalam proses produksi. Pola pemasaran yang diterapkan masih bersifat pasif dan konvensional, yaitu menunggu konsumen datang langsung ke lapak atau rumah produksi. Pemanfaatan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana promosi juga masih terbatas sehingga jangkauan pemasaran belum berkembang secara optimal di luar wilayah lokal. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan literasi digital bagi pelaku usaha karena pemanfaatan media sosial dapat membantu UMKM meningkatkan interaksi dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung kinerja pemasaran. Penelitian mengenai UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan social media marketing berhubungan dengan upaya peningkatan kinerja dan pengembangan aktivitas pemasaran UMKM (Sunggara et al., 2024; Sulasih et al., 2024).

Proses produksi yang bergantung pada cuaca menjadi salah satu kendala utama, terutama pada musim hujan. Ketika ikan belum mencapai tingkat kekeringan yang optimal, pelaku usaha mengalami kesulitan dalam penyimpanan karena belum tersedia fasilitas pengeringan dan ruang

penyimpanan khusus. Berdasarkan observasi awal tim, sebagian pelaku usaha memanfaatkan lemari pendingin rumah tangga sebagai alternatif sementara untuk menyimpan produk. Keterbatasan sarana pengeringan dan penyimpanan tersebut dapat berdampak terhadap efisiensi produksi dan mutu produk. Penggunaan teknologi pengeringan dan pengemasan yang sesuai dapat menjadi alternatif untuk membantu mempertahankan mutu dan memperpanjang masa simpan produk perikanan. Penelitian mengenai pengemasan produk perikanan menunjukkan bahwa metode dan jenis kemasan berpengaruh terhadap mutu dan daya simpan produk, sehingga pengembangan teknologi pengolahan dan pengemasan menjadi bagian penting dalam peningkatan kualitas hasil perikanan (Mulyawan et al., 2019; Gustiningrum et al., 2025). Selain keterbatasan sarana produksi, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki identitas usaha yang kuat, seperti spanduk, banner, kemasan berlabel, maupun merek dagang. Kondisi tersebut dapat membatasi kemampuan produk dalam membangun identitas dan daya tarik di pasar. Pengemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai media komunikasi produk kepada konsumen. Kemasan yang baik dapat membantu meningkatkan daya tarik produk sekaligus memberikan informasi mengenai identitas dan karakteristik produk. Oleh karena itu, pengembangan kemasan dan branding perlu diintegrasikan dengan strategi pemasaran agar produk ikan asin Lappa memiliki nilai tambah dan daya saing yang lebih baik (Mulyawan et al., 2019; Gustiningrum et al., 2025).

Tantangan eksternal lainnya adalah kondisi lingkungan pesisir yang rentan terhadap perubahan cuaca, genangan air, dan kondisi ekstrem yang dapat menghambat proses produksi, distribusi, serta ketersediaan bahan baku ikan segar. Ketergantungan yang tinggi terhadap kondisi lingkungan menyebabkan pelaku usaha perikanan skala kecil membutuhkan strategi adaptasi dan pengelolaan produksi yang lebih fleksibel. Dalam konteks usaha mikro, keterbatasan sumber daya dan fasilitas produksi dapat meningkatkan kerentanan terhadap gangguan eksternal. Oleh karena itu, penggunaan teknologi tepat guna, perbaikan fasilitas produksi, serta penguatan kapasitas manajemen usaha diperlukan untuk meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan usaha masyarakat pesisir (International Labour Organization, 2020; Sunggara et al., 2024). Aspek kesehatan dan keselamatan kerja juga menjadi perhatian penting dalam usaha pengolahan ikan asin di Kelurahan Lappa. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian pelaku usaha masih bekerja tanpa menggunakan alat pelindung diri seperti masker, sarung tangan, atau celemek. Aktivitas produksi juga dilakukan dengan posisi kerja yang kurang ergonomis serta adanya paparan panas matahari dan lingkungan kerja yang belum sepenuhnya memenuhi prinsip keselamatan dan kenyamanan kerja. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan risiko gangguan kesehatan akibat paparan lingkungan kerja dan beban fisik. Kajian mengenai K3 pada UMKM menunjukkan bahwa faktor ergonomi, paparan lingkungan kerja, kelelahan, serta kondisi organisasi kerja merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan keselamatan dan produktivitas pekerja (Padhil et al., 2025; Pratiwi & Setyawan, 2024). Oleh sebab itu, pelatihan K3, penggunaan APD, penerapan higiene sanitasi, dan perbaikan ergonomi kerja menjadi kebutuhan penting bagi pelaku usaha ikan asin.

Meskipun menghadapi berbagai kendala, usaha ikan asin di Kelurahan Lappa memiliki peluang besar untuk dikembangkan karena didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal, pengalaman masyarakat dalam mengolah ikan, peluang inovasi produk, dan perkembangan teknologi pemasaran digital. Pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Kajian mengenai pemasaran digital pada UMKM Indonesia menunjukkan bahwa digital marketing memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan memperkuat daya saing usaha (Sunggara et al., 2024). Dengan demikian, program pemberdayaan yang mengintegrasikan peningkatan mutu produk, K3, manajemen usaha, pengemasan, dan pemasaran digital memiliki relevansi yang kuat dalam pengembangan UMKM ikan asin di Kelurahan Lappa.

Pelatihan pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran berbasis media sosial seperti WhatsApp Business dan Instagram diharapkan dapat membuka akses pasar yang lebih luas. Selain itu, pendampingan dalam pengembangan kemasan, desain label, dan identitas merek (branding) dapat meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran telah menunjukkan relevansi bagi UMKM karena dapat digunakan untuk membangun

hubungan dengan konsumen dan mendukung aktivitas promosi dengan biaya yang relatif terjangkau (Sulasih et al., 2024; Sunggara et al., 2024). Sementara itu, pengembangan kemasan dapat mendukung perlindungan mutu produk sekaligus memperkuat daya tarik produk di mata konsumen (Mulyawan et al., 2019; Gustiningrum et al., 2025). Pada aspek kesehatan kerja, pelatihan penerapan standar K3, higiene sanitasi, penggunaan alat pelindung diri, serta prinsip ergonomi kerja diperlukan untuk meningkatkan keselamatan, kenyamanan, dan produktivitas pelaku usaha. Intervensi ergonomi yang sesuai dengan karakteristik pekerjaan dapat membantu mengurangi risiko gangguan muskuloskeletal dan meningkatkan kondisi kerja. Penelitian mengenai risiko ergonomi pada pekerja UMKM menunjukkan bahwa aktivitas kerja manual dan posisi kerja tertentu dapat menimbulkan risiko muskuloskeletal sehingga diperlukan intervensi terhadap desain dan metode kerja (Pratiwi & Setyawan, 2024). Selain itu, kajian mengenai K3 pada UMKM menegaskan pentingnya pendekatan yang terintegrasi antara faktor manusia, kondisi kerja, dan sistem organisasi dalam mengurangi risiko kecelakaan dan meningkatkan kinerja keselamatan (Padhil et al., 2025).

Program pemberdayaan ini dirancang untuk mendorong transformasi usaha ikan asin melalui penerapan teknologi tepat guna, peningkatan efisiensi produksi, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia. Fokus utama program diarahkan pada pengurangan ketergantungan terhadap cuaca melalui pengenalan teknologi pengeringan sederhana, peningkatan mutu dan higienitas produk, penguatan manajemen usaha, pengembangan kemasan, serta pemasaran digital. Pendekatan tersebut sejalan dengan kebutuhan UMKM untuk meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar dan memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan usaha. Pemanfaatan digital marketing secara strategis dapat membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan daya saing, sedangkan penguatan proses pengolahan dan pengemasan dapat mendukung peningkatan mutu produk perikanan (Sunggara et al., 2024; Mulyawan et al., 2019; Gustiningrum et al., 2025). Dengan pendekatan tersebut, UMKM ikan asin di Kelurahan Lappa diharapkan mampu berkembang menjadi usaha yang lebih mandiri, produktif, higienis, adaptif terhadap perubahan teknologi, dan berdaya saing.

METODE

Kegiatan pemberdayaan kemitraan masyarakat dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu Mei–Juli 2026, dengan sasaran pelaku usaha dan penjual ikan asin di Kelurahan Lappa, Kecmatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan. Pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan dan evaluasi. Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan tujuan, manfaat, tahapan, dan target program kepada mitra melalui diskusi dan penyampaian materi. Selanjutnya, pelatihan dilaksanakan pada 15–16 Juli 2026 dan diikuti oleh 20 peserta. Materi pelatihan meliputi kesehatan dan keselamatan kerja (K3), kewirausahaan dan manajemen usaha, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Pada aspek K3, peserta diberikan pemahaman mengenai kebersihan, penggunaan alat pelindung diri (APD), penataan ruang kerja, dan ergonomi. Pelatihan kewirausahaan mencakup pencatatan keuangan, pengelolaan usaha, dan strategi pemasaran, sedangkan pelatihan digital meliputi pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan Canva sebagai media promosi.

Tahap berikutnya adalah pendampingan dan evaluasi untuk memastikan penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui pemantauan kehadiran, partisipasi, keterlibatan peserta, serta perubahan dalam pengelolaan usaha, penerapan K3, dan pemanfaatan teknologi digital. Pendampingan pascapelatihan dilakukan untuk mendukung keberlanjutan penerapan program dan membantu mitra menghadapi kendala dalam pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Kelurahan Lappa selama tiga bulan, yaitu Mei–Juli 2026, dengan melibatkan 20 pelaku usaha dan penjual ikan asin sebagai peserta. Program dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan dan evaluasi. Tahap sosialisasi menjadi langkah awal untuk membangun pemahaman dan keterlibatan mitra terhadap tujuan program, sedangkan tahap pelatihan diarahkan pada peningkatan kapasitas peserta dalam aspek kesehatan dan keselamatan kerja (K3),

pengelolaan usaha, pemasaran digital, dan pengemasan produk. Pendekatan pemberdayaan melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan merupakan bagian penting dalam penguatan kapasitas usaha mikro dan kecil, terutama karena kelompok usaha tersebut umumnya masih menghadapi keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan penerapan standar keselamatan kerja (International Labour Organization [ILO], 2024).

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada 15–16 Juli 2026 dan diikuti oleh 20 peserta. Kegiatan secara resmi dibuka oleh Perwakilan Kepala Lingkungan Lappa, Bapak Lukman, yang menyampaikan apresiasi terhadap pelaksanaan program karena dinilai memberikan manfaat langsung bagi pelaku usaha ikan asin. Tingginya keterlibatan peserta selama penyampaian materi, diskusi, praktik, dan tanya jawab menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pemberdayaan. Partisipasi aktif mitra menjadi faktor penting dalam keberlanjutan program karena penerapan hasil pelatihan tidak hanya bergantung pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada kesediaan pelaku usaha untuk mengintegrasikan pengetahuan tersebut ke dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya kesehatan dan keselamatan kerja dalam proses produksi ikan asin. Materi yang diberikan meliputi penggunaan alat pelindung diri (APD), sanitasi lingkungan kerja, kebersihan selama proses pengolahan, serta penerapan praktik kerja yang lebih aman. Peserta juga diberikan kesempatan untuk mempraktikkan proses pengeringan ikan secara lebih higienis. Kegiatan praktik tersebut menjadi bagian penting karena memungkinkan peserta menghubungkan materi yang disampaikan dengan kondisi nyata di lingkungan kerja mereka. Penerapan aspek K3 pada usaha mikro perlu mendapat perhatian karena keterbatasan sumber daya dan rendahnya kesadaran terhadap standar keselamatan dapat meningkatkan paparan pekerja terhadap berbagai risiko kerja (ILO, 2024).



Gambar 1. Pelatihan kesehatan dan keselamatan kerja

Penerapan sanitasi dan kebersihan dalam pengolahan ikan asin juga berkaitan langsung dengan keamanan pangan. Praktik yang diperkenalkan selama pelatihan, seperti menjaga kebersihan lingkungan dan bahan, menggunakan air dan bahan baku yang aman, serta mencegah kontaminasi selama proses pengolahan, sejalan dengan prinsip *Five Keys to Safer Food* yang dikembangkan oleh World Health Organization (WHO). Prinsip tersebut menekankan pentingnya menjaga kebersihan, memisahkan bahan yang berpotensi menyebabkan kontaminasi, menggunakan bahan baku dan air yang aman, serta menjaga kondisi pengolahan pangan agar tetap aman (WHO, 2024). Dengan demikian, pelatihan K3 tidak hanya berkontribusi terhadap keselamatan pelaku usaha, tetapi juga mendukung peningkatan mutu dan keamanan produk ikan asin yang dihasilkan.

Pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha memberikan pengetahuan kepada peserta mengenai pengelolaan usaha, pencatatan sederhana, peningkatan kualitas produk, dan pentingnya inovasi dalam menghadapi persaingan pasar. Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan, sebagian peserta sebelumnya menjalankan usaha berdasarkan pengalaman dan kebiasaan yang diperoleh secara turun-temurun. Pelatihan memberikan pemahaman bahwa pengelolaan usaha perlu dilakukan secara lebih terstruktur, terutama dalam pencatatan transaksi, pengelolaan biaya, dan perencanaan pengembangan usaha. Penguatan kapasitas manajerial merupakan bagian penting dalam pengembangan UMKM karena kemampuan mengelola sumber daya dan mengambil keputusan bisnis berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya kesadaran peserta terhadap pentingnya peningkatan kualitas produk dan inovasi. Sebelumnya, aktivitas usaha lebih banyak berorientasi pada proses produksi dan penjualan secara konvensional, sedangkan setelah pelatihan peserta mulai memahami bahwa kualitas, tampilan produk, dan strategi pemasaran merupakan bagian yang saling berkaitan dalam meningkatkan daya saing. Temuan ini sejalan dengan kajian mengenai UMKM di Indonesia yang menunjukkan bahwa pemanfaatan strategi pemasaran dan teknologi digital dapat menjadi salah satu instrumen untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha (Sunggara et al., 2024).



Gambar 2. Pelatihan Pengembangan Kemasan dan Nilai Tambah Produk

Pelatihan teknologi digital diarahkan pada kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, sebagai sarana promosi produk ikan asin. Peserta diperkenalkan pada pembuatan konten promosi, penyampaian informasi produk, dan pemanfaatan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai media pemasaran untuk memperkenalkan produk dan membangun interaksi dengan calon konsumen. Penelitian Sulasih et al. (2024) menunjukkan bahwa salah satu faktor pendorong UMKM menggunakan pemasaran melalui media sosial adalah kemampuan media tersebut dalam membangun keterlibatan dengan konsumen.

Pemanfaatan pemasaran digital menjadi relevan bagi pelaku usaha ikan asin di Lappa karena pemasaran konvensional memiliki keterbatasan dalam jangkauan konsumen. Melalui media sosial, produk dapat diperkenalkan tanpa harus bergantung sepenuhnya pada konsumen yang datang secara langsung atau pada jaringan perdagangan lokal. Kajian mengenai UMKM di Indonesia juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, marketplace, dan kegiatan promosi digital dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM (Sulistiyowati & Rahmawati, 2024). Oleh karena itu, keterampilan digital yang diberikan dalam program ini menjadi salah satu strategi untuk mendukung perluasan pasar produk ikan asin Lappa.

Selain pemasaran digital, peserta memperoleh pendampingan mengenai teknik pengemasan produk yang lebih menarik dan profesional. Kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan tampilan produk sekaligus memberikan identitas yang lebih jelas kepada produk ikan asin yang dihasilkan. Pengemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga dapat menjadi bagian dari strategi pemasaran karena tampilan produk menjadi salah satu unsur yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Dalam konteks UMKM, pengembangan atribut produk seperti identitas merek, tampilan, dan media promosi dapat memperkuat posisi produk ketika memasuki pasar yang lebih luas. Kombinasi antara perbaikan kemasan dan pemasaran digital memberikan peluang untuk menciptakan nilai tambah produk ikan asin. Produk yang sebelumnya dipasarkan secara sederhana dapat diarahkan menjadi produk yang memiliki identitas, tampilan, dan saluran pemasaran yang lebih profesional. Strategi tersebut sejalan dengan kajian yang menempatkan digital marketing sebagai peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan memperkuat daya saing (Sunggara et al., 2024). Dengan demikian, pendampingan kemasan sebaiknya tidak dipisahkan dari strategi branding dan pemasaran digital, tetapi dikembangkan sebagai satu kesatuan strategi pengembangan produk.



Gambar 3. Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Digital dan Pemasaran Online

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana materi yang diberikan dapat dipahami dan mulai diterapkan oleh peserta. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap partisipasi peserta selama kegiatan, diskusi, praktik, dan respons peserta terhadap materi yang diberikan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan pemahaman peserta dalam beberapa aspek, terutama terkait penerapan K3, penggunaan APD, kebersihan proses produksi, pengemasan, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Namun, karena evaluasi yang tersedia dalam kegiatan ini bersifat deskriptif dan belum didukung data kuantitatif pre-test dan post-test, temuan tersebut lebih tepat diinterpretasikan sebagai indikasi peningkatan pemahaman dan keterampilan, bukan sebagai ukuran peningkatan secara statistik. Antusiasme peserta selama kegiatan menjadi salah satu indikator positif keberhasilan pelaksanaan program. Peserta tidak hanya mengikuti penyampaian materi, tetapi juga terlibat dalam praktik dan sesi diskusi. Keterlibatan tersebut penting karena proses pemberdayaan masyarakat idealnya tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi dilanjutkan dengan penerapan dan pendampingan. Hal ini juga relevan dengan karakteristik UMKM yang masih menghadapi keterbatasan dalam penerapan standar keselamatan, pengelolaan usaha, dan pemanfaatan teknologi sehingga membutuhkan dukungan berkelanjutan (ILO, 2024).

Secara keseluruhan, program PKM memberikan kontribusi pada peningkatan kapasitas pelaku usaha ikan asin di Kelurahan Lappa dalam tiga aspek utama, yaitu praktik kerja dan keamanan pangan, pengelolaan usaha, serta pemasaran dan pengembangan produk. Integrasi ketiga aspek tersebut menjadi penting karena peningkatan daya saing UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kemampuan menjaga kualitas, mengelola usaha, dan menjangkau konsumen. Pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi instrumen pendukung dalam proses tersebut, khususnya karena pemasaran melalui media sosial dapat memperluas interaksi dengan konsumen dan membuka peluang pasar baru (Sulasih et al., 2024; Sunggara et al., 2024). Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan pascapelatihan, khususnya dalam penguatan legalitas usaha, keamanan pangan, branding, pengembangan marketplace, serta perluasan jejaring pemasaran. Pendampingan lanjutan diperlukan agar pengetahuan yang diperoleh selama kegiatan tidak berhenti pada saat pelatihan, tetapi berkembang menjadi praktik usaha yang konsisten. Dengan demikian, program pemberdayaan dapat menjadi dasar bagi pengembangan UMKM ikan asin Lappa menuju usaha yang lebih higienis, aman, memiliki nilai tambah, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan memiliki akses pasar yang lebih luas. Strategi tersebut sejalan dengan kebutuhan UMKM Indonesia untuk meningkatkan literasi digital dan memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari transformasi serta penguatan daya saing usaha (Sunggara et al., 2024).

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan secara berkala kepada pelaku usaha ikan asin di Kelurahan Lappa, terutama dalam penerapan K3 dan keamanan pangan, penguatan pencatatan serta manajemen keuangan, pengembangan kemasan dan branding, serta optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Selain itu, Berdasarkan hasil pelaksanaan program, disarankan agar pelaku usaha ikan asin di Kelurahan Lappa membentuk kelompok usaha yang lebih terorganisasi untuk memudahkan

koordinasi produksi, pengadaan bahan baku, pengembangan produk, dan pemasaran bersama. Pemerintah daerah dan perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan pendampingan secara berkelanjutan melalui program lanjutan yang berfokus pada penerapan teknologi pengeringan yang lebih efektif, peningkatan standar mutu produk, pengembangan inovasi olahan ikan, serta penguatan kapasitas kewirausahaan. Selain itu, perlu dikembangkan sistem pemasaran bersama berbasis digital dengan identitas merek yang seragam sehingga produk ikan asin Lappa memiliki ciri khas dan lebih mudah dikenali konsumen. Pendampingan juga dapat diarahkan pada pengembangan jejaring kerja sama dengan pelaku usaha, koperasi, pusat oleh-oleh, pasar modern, dan sektor pariwisata untuk memperluas saluran distribusi. Evaluasi berkala terhadap penerapan hasil pelatihan juga perlu dilakukan untuk mengetahui perkembangan usaha, perubahan kualitas produk, dan peningkatan akses pasar, sehingga program pemberdayaan dapat memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat Kelurahan Lappa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Seluruh tim pelaksana, mitra, dan peserta menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dukungan pendanaan melalui Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun 2026, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan sukses. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Megarezky Makassar atas dukungan, fasilitasi, dan koordinasi yang diberikan selama pelaksanaan program, serta kepada seluruh mitra dan peserta di Kelurahan Lappa yang telah berpartisipasi aktif dan mendukung keberhasilan kegiatan

DAFTAR PUSTAKA

Badan Standardisasi Nasional. (2015). *SNI 2721:2015 ikan asin kering*. Badan Standardisasi Nasional.

Gustiningrum, A. S., Nurhayati, T., & Ibrahim, B. (2025). Pengaruh metode pengemasan ikan tongkol asap guna menghambat kemunduran mutu pada suhu ruang. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia, 28*(3). https://doi.org/10.17844/jphpi.v28i3.61158

International Labour Organization. (2010). *Ergonomic checkpoints: Practical and easy-to-implement solutions for improving safety, health and working conditions* (2nd ed.). International Labour Office.

International Labour Organization. (2020a). *Improving safety and health in micro-, small and medium-sized enterprises: An overview of initiatives and delivery mechanisms*. International Labour Office.

International Labour Organization. (2020b). *Safety and health in micro-, small and medium-sized enterprises: A collection of five case studies*. International Labour Office.

International Labour Organization. (2021). *Improving occupational safety and health in small and medium-sized enterprises: Training module*. International Labour Office.

International Labour Organization. (2022). *Designing a national strategy to improve safety and health in micro-, small and medium-sized enterprises: A "how to" guide*. International Labour Office.

International Labour Organization. (2024). *Occupational safety and health in micro-, small and medium-sized enterprises (MSMEs)*. International Labour Office.

Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 17/PERMEN-KP/2019 tentang Persyaratan dan Tata Cara Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan*. Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2011). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1096/MENKES/PER/VI/2011 tentang Higiene Sanitasi Jasaboga*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Mulyawan, I. B., Handayani, B. R., Dipokusumo, B., Werdiningsih, W., & Siska, A. I. (2019). Pengaruh teknik pengemasan dan jenis kemasan terhadap mutu dan daya simpan ikan pindang bumbu kuning. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia, 22*(3). https://doi.org/10.17844/jphpi.v22i3.28926

Padhil, A., Purnomo, H., Soewardi, H., & Widodo, I. D. (2025). Integrative model investigation of occupational safety and health for MSMEs using a macro-ergonomics approach and human factors analysis and classification. *International Journal of Industrial Engineering and Production Research, 36*(1), 145–158. https://doi.org/10.22068/ijiepr.36.1.2154

Pratiwi, I., & Setyawan, R. (2024). Assessment of musculoskeletal disorders in brick workers using an ergonomic approach. *The Indonesian Journal of Occupational Safety and Health, 13*(3), 314–321. https://doi.org/10.20473/ijosh.v13i3.2024.314-321

Sulasih, Novandari, W., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2024). Use of social media marketing among MSMEs: Driving and inhibiting factors. *Jurnal Manajemen Indonesia, 24*(1), 21–29. https://doi.org/10.25124/jmi.v24i1.5475

Sulistiyowati, E., & Rahmawati, I. D. (2024). Digital marketing drives MSME sales growth in Indonesia. *Indonesian Journal of Law and Economics Review, 19*(2). https://doi.org/10.21070/ijler.v19i2.1090

Sunggara, A. D., Nurhaliza, P., Ferdinand, A. T., & Dirgantara, I. M. B. (2024). The importance of digital marketing implementation for MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Research Horizon, 4*(6). https://doi.org/10.54518/rh.4.6.2024.428

World Health Organization. (2006). *Five keys to safer food manual*. World Health Organization.