



## JURNAL ABDI INSANI

Volume 12, Nomor 12, Desember 2025

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



### PEMBERDAYAAN PESISIR BERBASIS PRODUK: PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN AKSES PASAR KERUPUK TIRAM DI DESA KUALA LANGSA

*Product-Based Coastal Empowerment: Enhancing Production Capacity and Market Access for Oyster Crackers in Kuala Langsa Village*

**Muhammad Rizqi Zati<sup>1\*</sup>, Dhian Rosalina<sup>1</sup>, Fiddini Alham<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Samudra, <sup>2</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Samudra

Jl, Prof. Dr. Syarief Thayeb, Meurandeh, Kec. Langsa Lama, Kota Langsa, Aceh 24416

\*Alamat korespondensi: rizqi\_zati@unsam.ac.id

(Tanggal Submission: 19 September 2025, Tanggal Accepted : 18 Desember 2025)

**Kata Kunci :**

*Pemberdayaan masyarakat, kerang tiram, inovasi produk, pemasaran digital, pesisir*

**Abstrak :**

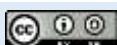
Desa Kuala Langsa di pesisir Kota Langsa, Aceh, memiliki potensi kerang tiram yang melimpah, namun pemanfaatannya masih terbatas pada penjualan segar dengan nilai tambah rendah. Masyarakat belum memiliki wawasan dalam melakukan inovasi pada pengolahan kerang tiram dengan nilai ekonomi tinggi. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kemandirian ekonomi melalui inovasi produk olahan tiram. Metode kegiatan disusun secara partisipatif bersama kelompok PKK Kuala Bersama, meliputi tahapan sosialisasi pentingnya diversifikasi produk, pelatihan teknis pengolahan kerupuk tiram sesuai standar keamanan pangan, pelatihan pengemasan produk yang modern, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan dan evaluasi berkelanjutan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa 16 dari 20 orang anggota mitra mampu mempraktikkan produksi keripik tiram seperti mengolah dan mengemas kerupuk tiram dengan kualitas lebih baik, daya simpan lebih lama. 10 dari 20 orang anggota mulai memasarkan produk melalui media sosial dan marketplace hingga menjangkau konsumen luar daerah. Kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab tantangan rendahnya nilai tambah kerang tiram dimana masyarakat pada kawasan Kuala Langsa mampu memanfaatkan kerang tiram menjadi produk inovatif sekaligus memperkuat identitas ekonomi lokal masyarakat pesisir melalui produk unggulan kerupuk tiram yang kompetitif.

**Key word :**

*Community empowerment,*

**Abstract :**

Kuala Langsa Village, located along the coast of Langsa City, Aceh, possesses abundant oyster resources; however, their utilization remains limited to the



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Zati et al., **6645**

*oysters, product innovation, digital marketing, coastal area* sale of fresh oysters with low added value. The local community lacks knowledge and awareness in developing innovative oyster-based products with higher economic value. The objective of this program is to enhance economic independence through innovation in oyster-based product processing. The activities were designed through a participatory approach in collaboration with the PKK Kuala Bersama women's group. The stages included socialization on the importance of product diversification, technical training on oyster cracker production in accordance with food safety standards, modern packaging training, digital marketing training, and continuous mentoring and evaluation. The results of this program indicate that 16 out of 20 partner members successfully practiced oyster cracker production, including processing and packaging products with improved quality and longer shelf life. Additionally, 10 of 20 members began marketing their products through social media and online marketplaces, reaching consumers beyond their local area. This community service initiative successfully addressed the challenge of low added value in oyster resources, enabling the Kuala Langsa community to transform oysters into innovative products and strengthen the local coastal economy by developing a competitive flagship product—oyster crackers.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7<sup>th</sup> edition) :

Zati, M. R., Rosalina, D., & Alham, F. (2025). Pemberdayaan Pesisir Berbasis Produk: Peningkatan Kapasitas Produksi dan Akses Pasar Kerupuk Tiram di Desa Kuala Langsa. *Jurnal Abdi Insani*, 12(12), 6645-6657. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i12.3137>

## PENDAHULUAN

Wilayah pesisir merupakan salah satu kawasan strategis yang memiliki kontribusi penting dalam menopang kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia. Keberadaan sumber daya laut yang melimpah menjadikan wilayah pesisir sebagai penyangga utama perekonomian lokal, baik melalui perikanan tangkap, budidaya, maupun pengolahan hasil laut. Indonesia terkenal sebagai negara Maritim yang memiliki sejumlah kawasan maritim dengan potensi hasil laut yang tinggi, salah satunya adalah produksi kerang (Alifa & Zahidi, 2024). Dilansir dari data aplikasi resmi dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Republik Indonesia, khususnya dikelola oleh Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap (DJPT) menunjukkan bahwa total produksi kerang di berbagai provinsi Indonesia mencapai 72.390 ton. Sedangkan untuk spesifik kerang tiram Total produksi tiram nasional tahun 2019 mencapai sekitar 18.747 ton. Sayangnya, data produksi kerang yang terperinci untuk periode 2020-2024 belum tersedia secara publik di portal BPS atau sistem SIPATIN DAYA Kementerian Kelautan dan Perikanan. Data yang dapat diakses saat ini masih terbatas pada tahun 2019 dengan beberapa data parsial untuk tahun 2020. Desa Kuala Langsa, yang terletak di pesisir Kota Langsa, Provinsi Aceh, merupakan salah satu contoh nyata daerah dengan potensi kelautan tinggi. Dilansir dari data BPS jumlah penduduk Langsa Barat berjumlah 2450 ([BPS] Badan Pusat Statistik, 2024) dengan 90% penduduk berprofesi sebagai nelayan dan hidup dari hasil laut (BPS, 2024). Potensi ini tidak hanya mendukung pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat setempat, tetapi juga membuka peluang pengembangan produk bernilai tambah yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat pesisir.

Salah satu komoditas unggulan dari Desa Kuala Langsa adalah kerang tiram. Komoditas ini menjadi sumber penghidupan bagi sebagian masyarakat desa, di samping hasil laut lainnya seperti ikan dan udang. Berdasarkan hasil audiensi bersama perangkat desa, sekitar 95% penduduk menggantungkan mata pencaharian sebagai nelayan dengan volume penjualan kerang tiram segar di pasar lokal mencapai lebih dari 100 kilogram per hari. Fakta ini menunjukkan bahwa kerang tiram tidak hanya penting sebagai sumber pangan lokal, tetapi juga berpotensi besar menjadi basis ekonomi



masyarakat pesisir jika dikelola dengan baik. Meskipun demikian, pemanfaatan kerang tiram hingga saat ini masih terbatas pada penjualan dalam bentuk segar tanpa adanya diversifikasi produk yang memadai. Kondisi ini menyebabkan masyarakat pesisir menghadapi berbagai permasalahan mendasar. Pertama, daya simpan kerang tiram relatif pendek sehingga tidak dapat dijadikan cadangan untuk jangka panjang. Kedua, harga jual di pasar lokal cenderung rendah dan berfluktuasi sesuai musim, sehingga margin keuntungan yang diperoleh masyarakat nelayan tidak optimal. Ketiga, keterbatasan keterampilan dalam hal pengolahan serta minimnya pemanfaatan teknologi digital menjadi hambatan serius dalam mengembangkan potensi komoditas ini. Selain itu, pola pemasaran masih bersifat konvensional, bergantung pada pasar tradisional, sehingga jangkauan konsumen sangat terbatas. Menurut Wardhana (2018), pemanfaatan media digital oleh pelaku UMKM menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produk kepada konsumen. UMKM yang aktif menggunakan media sosial, memiliki akses online, serta mengembangkan kemampuan e-commerce cenderung memperoleh keuntungan bisnis yang lebih besar, baik dari aspek pendapatan, peluang kerja, inovasi, maupun daya saing.

Peluang peningkatan nilai ekonomi kerang tiram sangat terbuka lebar jika dilakukan diversifikasi produk. Salah satu alternatif inovasi yang dapat dikembangkan adalah pengolahan kerang tiram menjadi kerupuk tiram. Produk olahan ini memiliki keunggulan dibandingkan penjualan dalam bentuk segar, antara lain daya simpan lebih lama, rasa yang digemari lintas kalangan, serta proses produksi yang relatif sederhana. Dengan pengemasan modern dan strategi pemasaran digital, kerupuk tiram berpotensi menembus pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional.

Selain potensi sumber daya alam, Desa Kuala Langsa juga memiliki modal sosial yang cukup kuat untuk mendukung pengembangan inovasi produk lokal. Hal ini tercermin dari peran aktif kelompok PKK "Kuala Bersama" yang sebelumnya berhasil mengembangkan beberapa produk olahan berbasis sumber daya lokal, seperti sirup mangrove, kerupuk ikan, hingga kecap berbahan dasar perut ikan. Keberhasilan ini membuktikan adanya kapasitas dan antusiasme masyarakat dalam mengembangkan produk lokal, meskipun hingga kini potensi kerang tiram belum tergarap secara maksimal. Kegiatan pengabdian dan penelitian terdahulu lebih fokus pada pengelolaan udang sebagai bahan baku terasi, dan masih belum ditemukan kegiatan dalam pengolahan produksi kerang tiram menjadi produk bernilai tinggi. Berbagai penelitian dan pengabdian masyarakat terdahulu juga menegaskan pentingnya inovasi dan diversifikasi produk perikanan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Misalnya, pengabdian yang dilakukan oleh Fitriani *et al.* (2021) di pesisir Aceh Barat menunjukkan bahwa diversifikasi produk berbasis hasil laut mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga hingga 35% melalui inovasi pengolahan sederhana. Sementara itu, penelitian oleh Lubis *et al.* (2023) menekankan pentingnya pemasaran digital sebagai faktor kunci untuk memperluas akses pasar dan memperkuat daya saing produk UMKM perikanan. Kedua temuan tersebut menjadi referensi penting bahwa pendekatan berbasis inovasi produk dan digitalisasi pemasaran dapat menjadi solusi yang relevan untuk konteks Desa Kuala Langsa. Menurut (Saragih *et al.*, 2024), penerapan digital marketing tidak hanya berkontribusi pada peningkatan peran UMKM dalam ekspor nasional, tetapi juga menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan omzet penjualan, terutama di era perkembangan industri 4.0.

Dengan demikian, program pengabdian masyarakat yang mengembangkan inovasi pengolahan kerang tiram menjadi kerupuk tiram serta dipadukan dengan strategi pemasaran digital merupakan langkah strategis untuk menjawab permasalahan tersebut. Program ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat nelayan, tetapi juga diarahkan untuk memperkuat kemandirian masyarakat pesisir melalui pemanfaatan kearifan lokal. Selain itu, keterlibatan aktif dosen dan mahasiswa dalam proses pendampingan diharapkan mampu menciptakan ekosistem pembelajaran yang partisipatif, kolaboratif, dan berkelanjutan, sehingga hasil kegiatan tidak berhenti pada satu generasi, melainkan dapat diwariskan sebagai keterampilan kolektif masyarakat. Pada akhirnya, inisiatif ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat pesisir yang dapat



direplikasi di daerah lain dengan potensi serupa. Lebih jauh lagi, kegiatan ini diharapkan mampu memperkokoh identitas ekonomi lokal Desa Kuala Langsa melalui pengembangan produk unggulan berbasis kerang tiram, sekaligus mendukung agenda pembangunan berkelanjutan di sektor ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan **Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)** ini dilaksanakan di **Desa Kuala Langsa, Kecamatan Langsa Barat, Kota Langsa, Provinsi Aceh** dengan melibatkan mitra utama, yaitu kelompok **PKK “Kuala Bersama”** yang beranggotakan 20 orang. Anggota kelompok ini seluruhnya terdiri dari ibu rumah tangga yang dalam kesehariannya sangat bergantung pada hasil laut sebagai sumber utama mata pencaharian. Berdasarkan hasil penelitian Nugraha *et al.*, (2022), pengembangan produk olahan hasil laut yang dikelola melalui pemberdayaan perempuan terbukti menjadi strategi yang efektif untuk mendorong terciptanya ekonomi berkelanjutan di wilayah pesisir. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kesejahteraan para anggota.

Metode kegiatan yang digunakan dirancang dengan pendekatan **partisipatif**, yang artinya masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai penerima manfaat, melainkan menjadi subjek utama yang terlibat secara aktif sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Pendekatan partisipatif ini dipilih karena berdasarkan pengalaman, keberhasilan sebuah program pemberdayaan sangat ditentukan oleh tingkat keterlibatan masyarakat dalam setiap tahapan, sehingga mereka merasa memiliki program tersebut dan terdorong untuk menjaga keberlanjutannya.

Tahap awal kegiatan dimulai dengan **identifikasi masalah** melalui diskusi intensif yang dilakukan antara tim pengabdian, perangkat desa, dan kelompok PKK, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Dari hasil diskusi tersebut, terungkap bahwa permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah rendahnya nilai tambah kerang tiram yang selama ini hanya dimanfaatkan dan dipasarkan dalam bentuk segar. Kondisi ini menyebabkan pendapatan masyarakat relatif kecil dan tidak sebanding dengan potensi kerang tiram yang melimpah di perairan sekitar desa. Melalui forum diskusi tersebut, masyarakat secara langsung menyampaikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan mereka, sehingga solusi yang disusun benar-benar bersifat kontekstual, realistik, serta sesuai dengan kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat setempat.



Gambar 1. Kunjungan Tim ke kelompok PKK Kuala Bersama dan juga Kepala Desa Kuala Langsa



Gambar 2. Rapat Tim Tentang Perumusan Solusi Kegiatan

Setelah permasalahan utama diidentifikasi, tahap berikutnya adalah **perumusan solusi**, sebagaimana terlihat pada Gambar 2. Hasil musyawarah bersama menetapkan bahwa solusi yang paling tepat adalah mengolah kerang tiram menjadi produk olahan inovatif berupa *kerupuk tiram*. Produk ini dipilih karena secara teknis relatif mudah diproduksi dengan keterampilan yang dapat dipelajari oleh masyarakat dalam waktu singkat, serta memiliki nilai tambah dan daya jual yang lebih tinggi dibandingkan hanya menjual tiram segar. Selain itu, kerupuk tiram dianggap memiliki potensi pasar yang cukup luas karena dapat dikemas dan dipasarkan ke berbagai wilayah. Bersamaan dengan itu, tim juga merancang strategi pemasaran berbasis digital agar produk tidak hanya dipasarkan di tingkat lokal, tetapi juga mampu menembus pasar regional bahkan nasional melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace.

Implementasi kegiatan kemudian dilakukan melalui beberapa tahapan terstruktur, yaitu: (1) **sosialisasi kepada masyarakat** mengenai pentingnya diversifikasi produk sebagai upaya meningkatkan nilai tambah hasil laut, (2) **pelatihan teknis pengolahan kerupuk tiram** dengan memperhatikan standar kebersihan dan keamanan pangan agar produk aman dikonsumsi dan memiliki daya simpan lebih lama, (3) **pelatihan pengemasan produk** dengan tujuan meningkatkan daya tarik visual sehingga kerupuk tiram dapat bersaing di pasar modern, serta (4) **pelatihan pemasaran digital** dengan memanfaatkan media sosial dan platform marketplace sebagai sarana distribusi modern yang dapat menjangkau konsumen lebih luas. (Bhikuning *et al.*, 2024) menjelaskan bahwa pemasaran digital adalah upaya promosi yang mengandalkan media sosial sebagai saluran utama, di mana keberadaannya kini memiliki peran penting dan strategis dalam menghadapi perubahan serta tantangan pemasaran di era modern.

Tahap akhir dari program ini adalah **pendampingan, monitoring, dan evaluasi**, di mana tim pengabdian secara langsung mendampingi masyarakat dalam mempraktikkan keterampilan yang sudah dipelajari, melakukan observasi terhadap proses produksi, memberikan masukan terkait pengemasan, dan mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital yang sudah dijalankan.

Pemilihan **Desa Kuala Langsa** sebagai lokasi kegiatan bukan hanya didasarkan pada melimpahnya potensi kerang tiram, tetapi juga karena karakteristik masyarakatnya yang sangat bergantung pada sektor perikanan. Selain itu, desa ini memiliki **modal sosial** yang kuat melalui keberadaan kelompok PKK "Kuala Bersama" yang sebelumnya telah berhasil mengembangkan produk-produk lokal, seperti sirup mangrove, kerupuk ikan, dan kecap berbahan dasar perut ikan. Modal sosial tersebut menjadi landasan penting bagi keberhasilan program ini, karena masyarakat sudah memiliki pengalaman bekerja bersama dalam kegiatan pemberdayaan berbasis potensi lokal.

Sasaran utama kegiatan adalah kelompok PKK Desa Kuala Langsa yang selama ini menjadi penggerak dalam pengolahan hasil laut sekaligus pihak yang paling terdampak oleh rendahnya nilai jual kerang tiram. Melalui program ini, para anggota tidak hanya memperoleh **keterampilan teknis**

dalam produksi kerupuk tiram, tetapi juga pemahaman tentang pentingnya sanitasi, strategi pengemasan modern, dan pemasaran digital. Hasilnya diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan diri masyarakat untuk mengembangkan usaha mandiri, memperkuat kemandirian ekonomi keluarga nelayan, serta menghadirkan produk olahan yang berdaya saing tinggi dan menjadi identitas ekonomi lokal Desa Kuala Langsa.

Dengan mengedepankan pendekatan **humanis, kolaboratif, dan partisipatif**, program ini tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan dari tim pengabdian kepada masyarakat, tetapi juga menekankan pada proses **pembelajaran bersama** yang setara. Dalam hal ini, masyarakat, dosen, dan mahasiswa berperan sebagai mitra sejajar yang saling berbagi pengetahuan, pengalaman, dan praktik terbaik. Melalui mekanisme tersebut, diharapkan program pengabdian ini mampu menciptakan **perubahan nyata, berkelanjutan, dan berdampak langsung** pada kesejahteraan masyarakat, bukan sekadar menjadi proyek jangka pendek tanpa keberlanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dirancang secara sistematis melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan, sehingga masyarakat tidak hanya mendapatkan wawasan, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan. Berikut uraian lengkap hasil kegiatan sesuai dengan tahapan yang dilaksanakan:

### **1. Tahap Sosialisasi kepada Masyarakat**

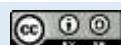
Tahapan awal dimulai dengan kegiatan **sosialisasi** yang bertujuan menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya **diversifikasi produk dalam hal ini kerang tiram**. Dalam kegiatan ini, tim pelaksana memberikan penjelasan mengenai tantangan ekonomi lokal yang masih bergantung pada penjualan tiram segar, yang cenderung memiliki harga fluktuatif dan daya simpan terbatas. Selain itu, masyarakat diperkenalkan dengan konsep diversifikasi sebagai strategi untuk meningkatkan nilai tambah produk, memperluas peluang usaha, serta mengurangi risiko kerugian akibat keterbatasan pasar. Proses sosialisasi dilakukan secara partisipatif melalui diskusi, sesi tanya jawab, serta pemutaran video inspiratif tentang praktik diversifikasi produk di daerah lain. Hasilnya, masyarakat mulai memahami bahwa tiram tidak hanya dapat dijual dalam bentuk segar, tetapi juga diolah menjadi produk turunan yang lebih kompetitif.

### **2. Tahap Pelatihan Pengolahan Kerupuk Tiram**

Setelah masyarakat memperoleh pemahaman dasar melalui kegiatan sosialisasi, tahap berikutnya adalah **pelatihan teknis pengolahan kerupuk tiram**. Tahap ini menjadi inti dari program pemberdayaan karena menekankan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh masyarakat pesisir untuk meningkatkan nilai tambah hasil laut. Pelatihan dilaksanakan secara bertahap disertai dengan pendampingan langsung agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkan keterampilan tersebut secara mandiri selesai dari pelaksanaan program ini. Adapun materi utama dalam ini meliputi beberapa aspek berikut:

#### **1. Pemilihan dan Penanganan Bahan Baku**

Peserta dilatih untuk memahami cara memilih tiram yang segar dan berkualitas tinggi, karena bahan baku yang baik akan menentukan kualitas produk akhir. Indikator kesegaran tiram, seperti warna, aroma, dan tekstur, dijelaskan secara detail. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada teknik pembersihan yang higienis, mencakup pencucian, pemisahan daging tiram dari cangkangnya, serta penyortiran untuk memastikan hanya bagian yang layak konsumsi yang digunakan. Penekanan pada tahap ini penting agar kerupuk tiram yang dihasilkan memiliki rasa khas laut yang segar tanpa aroma amis yang berlebihan. Pada gambar 3 memperlihatkan bagaimana proses melepaskan daging kerang tiram dari cangkang, proses ini juga termasuk memilih bahan baku yang memiliki kualitas yang baik. Kerang tiram dipilih yang masih segar dan tidak busuk, hal ini penting agar produk kerupuk kerang tiram yang dihasilkan enak dan juga higienis.





Gambar 3. Proses pelepasan daging kerang tiram

## 2. Proses Pembuatan Adonan

Setelah bahan baku siap, peserta diajarkan proses pembuatan adonan kerupuk. Tahapan ini meliputi pencampuran daging tiram dengan tepung, bumbu, dan rempah pilihan, dengan takaran yang sudah disesuaikan agar menghasilkan cita rasa gurih dan konsisten. Teknik pengulenan adonan juga menjadi fokus utama, karena pengulenan yang tepat akan menentukan kekenyalan dan tekstur kerupuk. Dalam sesi praktik, peserta diperlihatkan perbedaan hasil adonan yang diolah secara benar dan yang dilakukan secara asal, sehingga mereka memahami pentingnya keterampilan teknis pada tahap ini.

## 3. Pengukusan dan Pengeringan

Pelatihan berikutnya menekankan pada teknik pengukusan adonan hingga matang sempurna, yang bertujuan untuk menjaga kandungan gizi tiram serta menghasilkan adonan yang mudah dipotong tipis-tipis. Peserta juga dilatih untuk melakukan proses pengeringan secara optimal, baik dengan cara tradisional menggunakan sinar matahari maupun dengan memanfaatkan alat pengering sederhana dalam hal ini. TIM Telah menyiapkan lemari pengering sederhana yang dapat membantu dalam proses pengeringan kerupuk. Lemari pengering juga memastikan bahwa pengeringan berlangsung higienis karena berada pada ruang tertutup, Gambar 4 adalah lemari pengering sederhana yang. Teknik ini penting agar kerupuk tiram memiliki tekstur renyah setelah digoreng, tidak mudah hancur, dan memiliki daya simpan lebih lama.



Gambar 4. Lemari Pengering untuk menjemur kerupuk kerang tiram

#### 4. Penerapan Standar Kebersihan dan Keamanan Pangan

Aspek kebersihan menjadi bagian penting dalam pelatihan. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga sanitasi peralatan produksi, kebersihan ruang kerja, serta penggunaan bahan tambahan pangan yang sesuai standar keamanan. Edukasi ini bertujuan agar produk kerupuk tiram tidak hanya enak, tetapi juga aman dikonsumsi dan dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Penerapan prinsip keamanan pangan ini juga sejalan dengan standar produk pangan yang berlaku sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

**Hasil pelatihan** menunjukkan bahwa peserta mampu mengolah kerupuk tiram dengan kualitas yang baik. Produk yang dihasilkan tidak hanya baik dari segi rasa dan aroma, tetapi juga memiliki tekstur lebih renyah dan daya simpan yang lebih lama. Dengan keterampilan baru yang diperoleh, masyarakat memiliki peluang untuk menjadikan kerupuk tiram sebagai produk unggulan desa yang bernilai jual tinggi serta mampu bersaing di pasar lokal maupun regional dan kita harapkan akan memunculkan UMKM baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan juga kesejahteraan mereka.



Gambar 5. Pelatihan mengolah kerang tiram menjadi kerupuk

Pada gambar 5 kita dapat melihat proses pelatihan mengolah kerang tiram menjadi kerupuk tiram. Kegiatan dimulai dari membersihkan kerang tiram, menghaluskan kerang tiram dan mencampur dengan beberapa bahan, proses ini diakhiri dengan merebus adonan tadi pada air mendidih.

#### 3. Tahap Pelatihan Pengemasan Produk

Setelah masyarakat mampu menghasilkan kerupuk tiram dengan kualitas yang baik, kegiatan dilanjutkan dengan **pelatihan pengemasan**. Tujuan utama tahap ini adalah agar produk tidak hanya unggul dari sisi rasa, tetapi juga memiliki tampilan menarik dan sesuai dengan standar pasar modern.

Dalam pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada **prinsip dasar desain kemasan**, seperti pemilihan warna, logo, dan label yang mampu mencerminkan identitas produk serta menarik perhatian konsumen. Selanjutnya, masyarakat dilatih memilih **bahan kemasan yang tepat**, mulai dari plastik kedap udara sederhana hingga standing pouch dengan zip lock yang lebih praktis dan tahan lama. Selain itu, peserta diberi pemahaman mengenai **informasi penting pada label**, seperti nama produk, komposisi, izin PIRT, berat bersih, serta tanggal kadaluarsa. Hal ini sangat penting agar produk kerupuk tiram tidak hanya terlihat profesional, tetapi juga memenuhi standar keamanan pangan dan kepercayaan konsumen.

**Hasil dari tahap ini**, produk kerupuk tiram dikemas dengan tampilan lebih modern, rapi, dan kompetitif. Kemasan ini membuat produk lebih mudah dipasarkan dan berpotensi menarik minat konsumen, baik di tingkat lokal maupun di pasar yang lebih luas (Nasution *et al.*, 2023)



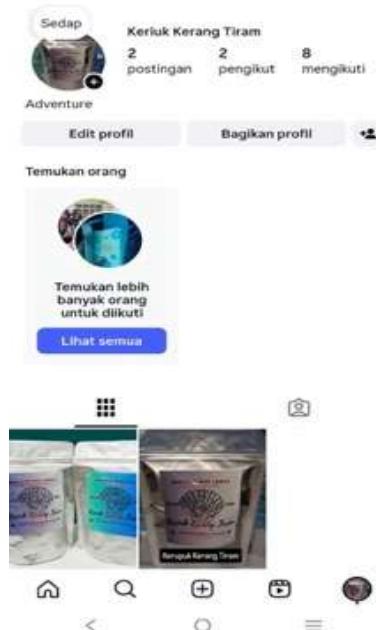
Gambar 6. Kemasan Produk Kerupuk Kerang Tiram

Gambar 6 adalah kemasan produk keripik tiram, dimana sudah ada logo dan lambang usaha serta menggunakan bahan yang baik sehingga produk higienis.

#### 4. Tahap Pelatihan Pemasaran Digital

Memasuki era digital, pemasaran produk tidak lagi cukup mengandalkan cara konvensional seperti penjualan langsung di pasar tradisional. Oleh karena itu, masyarakat diberikan **pelatihan pemasaran digital** agar mampu menjangkau konsumen yang lebih luas dan memanfaatkan peluang pasar online.

Dalam kegiatan ini, peserta dilatih untuk membuat **akun bisnis di media sosial** seperti Instagram, dan WhatsApp Business. Mereka diperkenalkan dengan fitur-fitur yang mendukung promosi, seperti katalog produk, status bisnis, dan fitur pesan otomatis. Selain itu, peserta juga dibimbing dalam **pembuatan konten promosi**, berupa foto produk yang menarik, video singkat, serta tulisan sederhana (copywriting) yang mampu meningkatkan minat pembeli. Gambar 7 menunjukkan bahwa mitra telah membuat akun IG untuk mempromosikan produk yang mereka hasilkan, hal ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan telah menambah pengetahuan mereka dalam memasarkan produk. Penelitian yang dilakukan oleh Prihadi, Susilawati (2018) menunjukkan bahwa Pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi terbukti mampu meningkatkan kinerja pemasaran para pedagang di Pasar Pagi Kota Tegal. Hal ini dapat kita jadikan dasar bahwa memasarkan produk melalui media sosial akan membantu pedagang dalam menjual produknya.



Gambar 7. Akun IG untuk mempromosikan produk

Tidak hanya melalui media sosial, peserta juga diajarkan cara memanfaatkan **platform marketplace** seperti Shopee dan Tokopedia sebagai saluran distribusi modern. Dengan adanya marketplace, produk kerupuk tiram dapat dipasarkan tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga menjangkau konsumen antar daerah.

Terakhir, diberikan materi mengenai **strategi komunikasi dengan konsumen secara daring**, mencakup cara menanggapi pertanyaan, menerima pesanan, mengatur stok, hingga mengelola ulasan pelanggan. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen serta menjaga loyalitas pembeli (Kurnianti, 2018).

**Hasil pelatihan menunjukkan** sebagian masyarakat telah berhasil memasarkan kerupuk tiram melalui platform digital. Bahkan, beberapa peserta sudah mulai menerima pesanan dari luar daerah, yang menandakan adanya perluasan pasar dan peluang peningkatan pendapatan.

## 5. Tahap Pendampingan, Monitoring, dan Evaluasi

Tahap terakhir dari kegiatan ini adalah **pendampingan, monitoring, dan evaluasi**. Tahap ini dilakukan untuk memastikan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dapat dipraktikkan secara konsisten, sekaligus memberi dukungan agar usaha masyarakat bisa terus berkembang.

Pendampingan dilakukan melalui beberapa kegiatan utama, antara lain:

1. **Monitoring produksi**, yaitu mengamati langsung proses pengolahan kerupuk tiram yang dilakukan masyarakat. Pada tahap ini, tim memberikan masukan mengenai konsistensi rasa, tekstur, kualitas bahan baku, serta penerapan kebersihan agar produk tetap terjaga mutunya.
2. **Pendampingan pengemasan**, dengan membantu masyarakat meninjau kembali desain dan bahan kemasan yang digunakan. Fokus utama adalah agar kemasan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga praktis, higienis, dan sesuai dengan selera konsumen.
3. **Evaluasi pemasaran digital**, berupa peninjauan terhadap akun media sosial dan marketplace yang telah dibuat oleh peserta. Tim memberikan saran terkait strategi unggahan, frekuensi promosi, penggunaan tagar (hashtag), hingga analisis respon konsumen agar strategi pemasaran lebih efektif.

**Hasil evaluasi menunjukkan** bahwa sebagian besar masyarakat sudah mampu memproduksi kerupuk tiram dengan kualitas yang baik, mengemas produk dengan tampilan lebih profesional, serta memasarkan melalui media sosial dan marketplace. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa 16 dari 20 orang anggota mitra mampu mempraktikkan produksi keripik tiram seperti mengolah dan mengemas kerupuk tiram dengan kualitas lebih baik, daya simpan lebih lama. 10 dari 20 orang anggota mulai memasarkan produk melalui media sosial dan marketplace hingga menjangkau konsumen luar daerah. Capaian ini menjadi bukti bahwa program pelatihan dan pendampingan memberikan dampak nyata bagi peningkatan keterampilan dan ekonomi masyarakat pesisir.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat pesisir Desa Kuala Langsa. Melalui pendekatan yang terintegrasi mulai dari sosialisasi, pelatihan teknis, hingga pendampingan intensif, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan praktis, tetapi juga memiliki wawasan strategis dalam mengelola usaha. Dengan demikian, program ini tidak hanya mendorong kemandirian ekonomi masyarakat, tetapi juga berpotensi menjadi model pemberdayaan yang berkelanjutan di wilayah pesisir lainnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kuala Langsa terbukti memberikan kontribusi terhadap kemandirian ekonomi masyarakat pesisir. Kegiatan ini dirancang melalui tahapan yang sistematis, mulai dari sosialisasi, pelatihan teknis pengolahan kerupuk tiram, pelatihan pengemasan, pelatihan pemasaran digital, hingga pendampingan dan evaluasi berkelanjutan. Melalui rangkaian proses tersebut, masyarakat tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga menguasai keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Hasilnya terlihat bahwa lebih dari lima puluh persen anggota mitra mampu memproduksi kerupuk tiram sebagai inovasi kerang tiram basah, tidak hanya itu anggota mitra sudah mampu memasarkan produk melalui media sosial dan market place. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya menyelesaikan persoalan rendahnya nilai tambah kerang tiram, tetapi juga mampu mendorong lahirnya produk unggulan desa berbasis kekayaan laut.

### Saran

- Keberlanjutan Program:** Diperlukan pendampingan lanjutan agar masyarakat tetap konsisten dalam memproduksi, mengemas, dan memasarkan kerupuk tiram sehingga usaha dapat berkembang secara berkesinambungan.
- Penguatan Legalitas Produk:** Masyarakat perlu difasilitasi dalam mengurus izin edar resmi seperti PIRT, halal, dan izin merek dagang agar produk memiliki daya saing lebih tinggi di pasar modern.
- Diversifikasi Produk:** Selain kerupuk tiram, masyarakat dapat mengembangkan inovasi olahan tiram lainnya, misalnya abon tiram, keripik tiram, atau nugget tiram untuk memperluas varian produk.
- Peningkatan Kapasitas Digital:** Pelatihan lanjutan terkait strategi digital marketing, pengelolaan marketplace, dan penggunaan aplikasi keuangan sederhana perlu diberikan agar masyarakat semakin siap menghadapi persaingan di era digital.
- Kemitraan Strategis:** Kerja sama dengan pemerintah daerah, UMKM lokal, serta pihak swasta diharapkan dapat memperkuat jaringan distribusi, meningkatkan akses pasar, dan memperbesar skala produksi.

Keberhasilan program pemberdayaan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kegiatan awal, tetapi juga memerlukan tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan, pengembangan inovasi produk, serta perluasan jejaring pemasaran. Upaya tersebut berpotensi menciptakan ekosistem usaha berbasis



sumber daya lokal yang dapat memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat pesisir. Dalam konteks ini, peran pemerintah menjadi sangat penting, mengingat UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap pembangunan, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi nasional (Zaelani *et al.*, 2022). Temuan pada kasus UMKM Rumah Nahla menunjukkan bahwa dukungan pemerintah dan inovasi usaha mampu mendorong peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital. Sejalan dengan itu, penelitian Maulida *et al.* (2023) menekankan keterkaitan peran pemerintah daerah dengan keberhasilan UMKM, sekaligus mengungkap persepsi pelaku usaha mengenai fungsi pemerintah sebagai fasilitator, katalisator, dan regulator. Sementara Maharani, Ali, dan Astuti (2012) menjelaskan bahwa keberadaan UKM memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia, sebab sektor ini berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada **Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi** yang telah memberikan dukungan pendanaan terhadap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berjudul *“Pemberdayaan Masyarakat Pesisir melalui Inovasi Produk Kerupuk Tiram di Desa Kuala Langsa”*. Dukungan ini menjadi faktor penting dalam terlaksananya program yang bertujuan meningkatkan keterampilan, kapasitas produksi, dan pemasaran masyarakat pesisir. Melalui bantuan tersebut, kegiatan ini dapat memberikan dampak nyata bagi penguatan ekonomi lokal serta mendorong terwujudnya kemandirian masyarakat secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, N. N., & Zahidi, M. S. (2024). Pengembangan Ekonomi Biru Sebagai Strategi Indonesia Menuju Ekonomi Maju. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 38(1), 48–65. <https://doi.org/10.52318/jisip.2024.v38.1.4>
- Alifa, N. N., & Zahidi, M. S. (2024). Pengembangan Ekonomi Biru Sebagai Strategi Indonesia Menuju Ekonomi Maju. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 38(1), 48–65. <https://doi.org/10.52318/jisip.2024.v38.1.4>
- Bhikuning, D., Wasiati, H., Listyani, I. P., & Pratama Ayu, G. B. L. (2024). Pengenalan fungsi digital marketing bagi siswa MAN 2 Klaten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. (2024). Kecamatan Langsa Barat (Vol. 14).
- BPS. (2024). Kota Langsa Dalam Angka 2024 (Vol. 22).
- BPS. (2024). Kota Langsa Dalam Angka 2024 (Vol. 22).
- Kurnianti, A. W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180–190. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.24>
- Lubis, N. K., Zati, M. R., & Rosalina, D. (2023). Creative economy in a pandemic: The effectiveness of moderation of digital transformation in culinary SMEs in Langsa. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Halal Development (ICHaD 2022)* (Vol. 246, p. 130). Springer Nature.
- Maharani, M., Ali, A.H.N., dan Astuti, H.M. 2012. Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia. *Jurnal Teknik POMITS*, 1(1). 1-6.
- Maulida, I., Mustofa, A., & Haryati, E. (2023). The role of local government in Reog Ponorogo MSME empowerment: A regulator, facilitator, and catalyst. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(3), 568–580. <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i3.29315>
- Nasution, M. P., Pinem, L. J., Sahnani, M., & Irni, J. (2023). Inovasi Pengemasan Produk Souvenir bagi Pedagang di Daerah Wisata Tangkahan, Kabupaten Langkat. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(4), 756–763.
- Nasution, M. P., Pinem, L. J., Sahnani, M., & Irni, J. (2023). Inovasi Pengemasan Produk Souvenir bagi Pedagang di Daerah Wisata Tangkahan, Kabupaten Langkat. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(4), 756–763.



- Nugraha, H., Ratnasari, D., & Setyawan, Y. (2022). Pemberdayaan Perempuan Pesisir dalam Pengolahan Produk Hasil Laut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 10(2), 89–97.
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-commerce dan Promosi di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 19–31. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>
- Putri, A. W., Yuliana, R., & Nugroho, S. (2023). Strategi Penguatan Ekonomi Keluarga Melalui Pemberdayaan Perempuan di Kawasan Pesisir. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan*, 7(3), 102–113.
- Saragih, L. S., Putriku, A. E., Sari, S. D., Laia, Y. N., & Syahputra, Y. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *JUSBIT: Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 62–72.
- Wardana, Aditya. 2018. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015. ISBN : 978-602-17225-4-1.
- Zaelani, R., Sujaniqa, H., & Zaky, M. (2022). Optimalisasi Peran Pemerintah sebagai Fasilitator, Katalisator, dan Regulator dalam Pengembangan UMKM Berbasis Keuangan Syariah di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 957–972. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2436>

