

## **Pemberdayaan Pemuda Pesisir sebagai *Young Entrepreneur* melalui Inovasi Olahan Anggur Laut untuk Peningkatan Ekonomi Lokal**

**Sri Hutami Adiningsih S<sup>1</sup>, Andi Annisa Sulolipu<sup>2</sup>, Nurwahida<sup>3</sup>, Besse Elis<sup>4</sup>,  
Is Arianto Pratama<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Negeri Makassar, Indonesia

<sup>5</sup> Institut Teknologi dan Bisnis Maritim Balik Diwa, Indonesia

*Received : 17 September 2026, Revised : 29 September 2026, Published : 05 Oktober 2026*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Sri Hutami Adiningsih S

**E-mail:** [sri.hutami@unm.ac.id](mailto:sri.hutami@unm.ac.id)

### **Abstrak**

Anggur laut merupakan salah satu potensi sumber daya pesisir yang dapat dikembangkan menjadi produk pangan bernilai tambah. Namun, pemanfaatannya oleh masyarakat di Pulau Barrang Caddi masih menghadapi kendala pada diversifikasi produk, pencatatan keuangan, penentuan harga jual, serta kesiapan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan keberdayaan mitra melalui diversifikasi produk olahan anggur laut, penguatan manajemen usaha, dan peningkatan kesiapan pemasaran. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif melalui pelatihan, praktik langsung, penerapan teknologi, dan pendampingan pada aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Teknologi yang diterapkan berupa aplikasi pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel yang dikustomisasi sesuai kebutuhan usaha mitra dan dilengkapi fitur pencatatan transaksi, arus kas, laporan laba rugi, dan laporan keuangan. Pada aspek produksi, mitra didampingi mengembangkan anggur laut menjadi keripik dan nugget, masing-masing sebanyak 30 bungkus. Produk juga dikembangkan menggunakan kemasan standing pouch dengan identitas merek Anggurih dan tagline "Dari Laut Jadi Gurih". Hasil kegiatan menunjukkan adanya perkembangan kemampuan mitra dalam produksi, pencatatan keuangan, penentuan harga jual, serta persiapan pemasaran. Pada tahap laporan kemajuan, kegiatan masih berada pada fase produksi dan persiapan pemasaran sehingga penjualan dan dampak terhadap omzet belum dapat diukur. Tahap selanjutnya diarahkan pada penguatan kemandirian mitra, peningkatan konsistensi produksi, dan pengembangan pemasaran produk.

**Kata kunci** - anggur laut, diversifikasi produk, pemasaran, pemberdayaan masyarakat

### **Abstract**

Sea grapes represent a coastal resource with the potential to be developed into value-added food products. However, their utilization by the community on Barrang Caddi Island faces challenges regarding product diversification, financial record-keeping, pricing, and marketing readiness. This community service initiative aims to empower partners by diversifying processed sea grape products, strengthening business management, and enhancing marketing readiness. The activities employed a participatory approach involving training, hands-on practice, technology implementation, and mentoring across production, management, and marketing aspects. The technology implemented was a Microsoft Excel-based financial recording application, customized to the partners' business needs and featuring tools for transaction logging, cashflow tracking, and the generation of profit-and-loss statements and financial reports. Regarding production, partners were guided in processing sea grapes into chips and nuggets, producing 30 packs of each. The products were packaged in "standing pouches" featuring the brand identity "Anggurih" and the tagline "Dari Laut Jadi Gurih" (From the Sea to Savory Delight). The results

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

indicate improvements in the partners' capabilities regarding production, financial record-keeping, pricing, and marketing preparation. At the progress reporting stage, the project was still in the production and marketing preparation phase; consequently, sales figures and the impact on revenue could not yet be measured. Future stages will focus on strengthening partner self-reliance, ensuring consistent production, and expanding product marketing.

**Keywords** - community empowerment, marketing, product diversification, sea grapes

**How To Cite :** Adiningsih S, S. H. ., Sulolipu, A. A. ., Nurwahida, N., Elis, B. ., & Pratama, I. A. . (2026). Pemberdayaan Pemuda Pesisir sebagai Young Entrepreneur melalui Inovasi Olahan Anggur Laut untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 3(12), 1193-1203. <https://doi.org/10.59837/36a9m662>

**Copyright** ©2026 Sri Hutami Adiningsih S, Andi Annisa Sulolipu, Nurwahida Nurwahida, Besse Elis, Is Arianto Pratama

## PENDAHULUAN

Wilayah pesisir memiliki berbagai sumber daya yang dapat dikembangkan menjadi sumber penghidupan masyarakat melalui pengolahan dan peningkatan nilai tambah. Salah satu sumber daya tersebut adalah anggur laut (*Caulerpa lentillifera*), yaitu rumput laut hijau yang telah lama dikonsumsi di kawasan Asia Tenggara. *C. lentillifera* memiliki kandungan nutrisi berupa serat, mineral, vitamin, asam lemak, dan berbagai senyawa bioaktif sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai bahan pangan fungsional dan produk bernilai ekonomi (Nurjanah et al., 2019; Syakilla et al., 2022). Rumput laut juga memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi berbagai produk pangan dan produk bernilai tambah melalui diversifikasi (Rasyid, 2018).

Pemanfaatan bahan pangan lokal menjadi produk yang lebih beragam merupakan salah satu pendekatan dalam meningkatkan nilai tambah sumber daya masyarakat. Handayani dan Sari (2020) menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan hasil laut dapat menjadi salah satu upaya peningkatan nilai tambah masyarakat pesisir. Sejalan dengan itu, kegiatan pemberdayaan melalui pelatihan dan praktik pengolahan bahan pangan lokal menunjukkan bahwa variasi produk dapat menjadi bagian dari penguatan kapasitas masyarakat (Habsyi et al., 2022). Diversifikasi berbasis rumput laut juga telah dilakukan melalui pelatihan pengolahan menjadi produk pangan dan nonpangan di masyarakat pesisir (Andriani et al., 2023; Kaya et al., 2022). Namun, program terdahulu cenderung menitikberatkan pada keterampilan pengolahan dan variasi produk, sementara aspek pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, penentuan harga, dan kesiapan pemasaran belum selalu diintegrasikan dalam satu rangkaian pendampingan.

Selain aspek produksi, kemampuan manajemen dan literasi keuangan merupakan faktor penting dalam keberlanjutan usaha. Pencatatan yang baik diperlukan untuk mengetahui arus transaksi dan kondisi keuangan usaha serta menjadi dasar pengambilan keputusan. Adiningsih et al. (2025) menunjukkan pentingnya literasi keuangan dalam pengambilan keputusan, sedangkan Nurliana et al. (2025) menekankan pentingnya pembukuan dan manajemen kas dalam pengelolaan ekonomi mikro. Hidayat et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan penyusunan dan digitalisasi laporan keuangan menggunakan Microsoft Excel dapat meningkatkan pemahaman peserta mengenai penyusunan laporan keuangan. Penggunaan Excel juga relevan karena dapat menjadi tahap awal digitalisasi pengelolaan keuangan bagi kelompok usaha dengan tingkat kesiapan teknologi yang masih berkembang. Rachma et al. (2024) menunjukkan bahwa Microsoft Excel dapat digunakan untuk membantu penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis SAK EMKM.

Penguatan kapasitas usaha pada era digital juga berkaitan dengan adopsi teknologi. Adiningsih dan Pratama (2024) menempatkan transformasi digital sebagai bagian dari inovasi UMKM. Pada skala yang lebih luas, Affandi et al. (2024) menunjukkan bahwa adopsi digital pada usaha ultra-mikro, mikro, dan kecil di Indonesia berkaitan dengan kinerja usaha dan literasi keuangan. Al-Shami et al. (2024) juga menunjukkan keterkaitan literasi keuangan dan literasi keuangan digital dengan inklusi keuangan usaha kecil di Indonesia. Pada tingkat implementasi, sistem pengelolaan keuangan

sederhana dapat digunakan sebagai media penguatan kemampuan manajerial UMKM (Solihat et al., 2024; Sulastiningsih et al., 2024).

Pengembangan usaha juga membutuhkan kesiapan produk untuk memasuki pasar. Kemasan, identitas merek, dan pemasaran digital merupakan bagian yang saling berkaitan dalam membangun identitas dan daya tarik produk. Winatha et al. (2023) menunjukkan pentingnya branding, packaging, dan digital marketing bagi UMKM. Wijayanti et al. (2024) juga menunjukkan relevansi packaging dan digital branding pada UMKM masyarakat pesisir. Kegiatan lain menunjukkan bahwa perbaikan mutu, kemasan, dan digital marketing dapat dilakukan secara terpadu untuk memperkuat kesiapan usaha pangan (Indiarto et al., 2024), sedangkan pelatihan packaging dan logo dapat membantu membangun identitas visual produk (Walton et al., 2024; Sari & Suwaidi, 2023).

Penguatan pemasaran digital juga memerlukan kemampuan membuat konten dan memanfaatkan platform digital. Widiawati et al. (2024) mengintegrasikan penguatan digital marketing dengan kemampuan manajerial dan keuangan UMKM. Samsinar et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dapat mendukung kemampuan UMKM dalam memperluas jangkauan pasar. Jariyah et al. (2024) menekankan praktik digital marketing dan pembuatan konten, sedangkan Utami et al. (2024) menunjukkan pentingnya kualitas konten dan copywriting dalam membangun citra merek dan brand awareness. Pendekatan pengembangan produk dan konten marketing juga dapat dilakukan secara terpadu untuk mendukung pemasaran digital UMKM (Pujiastuti et al., 2024).

Di samping kemampuan teknis dan manajerial, peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha. Penguatan kewirausahaan dan pengelolaan keuangan dapat membantu pelaku usaha memahami proses pengelolaan bisnis secara lebih sistematis (Yuliasih et al., 2024). Hal ini relevan bagi pemuda masyarakat pesisir karena mereka tidak hanya diposisikan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku yang dapat mengembangkan dan mengelola usaha berbasis potensi lokal.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada kelompok mitra di Pulau Barrang Caddi. Sebelum program dilaksanakan, pemanfaatan anggur laut belum dikembangkan secara optimal menjadi produk olahan yang beragam. Pencatatan keuangan usaha belum dilakukan secara terstruktur. Mitra juga membutuhkan pendampingan dalam menentukan harga jual dan belum memiliki kesiapan pemasaran yang memadai dari sisi kemasan, identitas merek, dan media promosi.

Berdasarkan telaah terhadap kegiatan terdahulu, terdapat kesenjangan pada pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan diversifikasi produk berbasis sumber daya pesisir, penguatan kapasitas sumber daya manusia, pencatatan dan literasi keuangan, penentuan harga jual, serta pengembangan identitas dan pemasaran produk dalam satu rangkaian kegiatan. Program terdahulu telah menunjukkan manfaat pada aspek-aspek tersebut secara terpisah, seperti diversifikasi produk (Andriani et al., 2023; Habsyi et al., 2022; Kaya et al., 2022), pengelolaan keuangan (Hidayat et al., 2024; Rachma et al., 2024; Solihat et al., 2024), serta branding dan pemasaran digital (Indiarto et al., 2024; Martadinata et al., 2024; Winatha et al., 2023). Integrasi berbagai aspek tersebut dalam pengembangan produk olahan anggur laut yang diarahkan kepada pemuda masyarakat pesisir masih memerlukan pendekatan yang lebih terpadu.

Kebaruan kegiatan pengabdian ini terletak pada pendekatan pemberdayaan yang terintegrasi dari hulu ke hilir, yaitu menghubungkan pemanfaatan anggur laut sebagai bahan baku lokal dengan diversifikasi produk, penguatan keterampilan kewirausahaan, pencatatan keuangan digital, penentuan harga jual, serta pengembangan kemasan, identitas merek, dan media pemasaran. Kegiatan ini menempatkan pemuda masyarakat pesisir sebagai pelaku utama dalam proses pengembangan produk dan pengelolaan usaha. Dengan demikian, pemberdayaan diarahkan tidak hanya pada keterampilan produksi, tetapi juga pada pembentukan kapasitas usaha yang mencakup produksi, keuangan, manajemen, dan pemasaran.

Berdasarkan permasalahan dan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian ini diarahkan pada pemberdayaan pemuda Barrang Caddi melalui diversifikasi produk olahan anggur laut dan penguatan

kapasitas usaha. Program mencakup pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha, pendampingan produksi, penerapan pencatatan keuangan digital, pendampingan penentuan harga jual, serta pengembangan kemasan, identitas merek, dan media pemasaran. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan kapasitas mitra dalam menghasilkan produk bernilai tambah, mengelola usaha secara lebih terstruktur, memanfaatkan teknologi sederhana, dan mempersiapkan produk berbasis anggur laut agar lebih siap dipasarkan.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Pulau Barrang Caddi, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Mitra merupakan kelompok masyarakat yang mengembangkan usaha berbasis potensi anggur laut. Pada awal kegiatan terdapat 10 anggota dan selama pelaksanaan program jumlah anggota berkembang menjadi 11 orang. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan pendampingan, dengan melibatkan mitra secara langsung dalam proses pelatihan, praktik, penerapan teknologi, dan evaluasi. Pendekatan partisipatif dipilih agar teknologi dan keterampilan yang diberikan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi dapat dipraktikkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendekatan pelatihan yang disertai praktik dan monitoring juga telah digunakan dalam program pemberdayaan masyarakat berbasis diversifikasi produk pangan (Habsyi et al., 2022).

### **1. Tahapan Pelaksanaan**

Kegiatan dilaksanakan melalui lima tahapan utama.

- Pertama, pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha. Materi meliputi peluang usaha, inovasi, tantangan usaha, pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, dan penentuan harga jual. Pelatihan dilakukan sebanyak dua kali dan dilanjutkan dengan pendampingan.
- Kedua, pendampingan produksi dan diversifikasi produk. Mitra diberikan praktik langsung mengolah anggur laut menjadi keripik dan nugget. Pendampingan mencakup proses produksi, peningkatan kualitas, dan persiapan pengemasan.
- Ketiga, penerapan aplikasi pencatatan keuangan. Aplikasi berbasis Microsoft Excel dikembangkan secara khusus sesuai kebutuhan usaha mitra. Aplikasi dilengkapi pencatatan pemasukan dan pengeluaran, laporan arus kas, laporan laba rugi, dan laporan keuangan. Penggunaan Excel dipilih karena relatif familiar dan dapat menjadi media transisi menuju pencatatan keuangan digital (Hidayat et al., 2024).
- Keempat, pendampingan penentuan harga jual. Mitra didampingi menghitung biaya dan menentukan harga jual berdasarkan biaya yang dikeluarkan serta kebutuhan keberlanjutan usaha.
- Kelima, pengembangan kemasan dan pemasaran. Produk dikembangkan menggunakan *standing pouch*, identitas merek Anggurih, tagline “Dari Laut Jadi Gurih”, serta media pemasaran digital berupa Instagram dan email. Penguatan kemasan dan identitas merek merupakan bagian penting dalam meningkatkan kesiapan produk sebelum memasuki pasar (Winatha et al., 2023; Wijayanti et al., 2024).

### **2. Evaluasi**

Evaluasi dilakukan melalui observasi, praktik langsung, dan pendampingan terhadap kemampuan mitra pada tiga aspek, yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Evaluasi difokuskan pada perubahan kemampuan mitra dalam melakukan produksi, menggunakan aplikasi pencatatan keuangan, menentukan harga jual, serta menyiapkan produk dan kemasan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Diversifikasi Produk Olahan Anggur Laut**

Kegiatan menghasilkan perkembangan pada diversifikasi pemanfaatan anggur laut. Sebelum program, pemanfaatan bahan baku masih terbatas sehingga diperlukan inovasi produk. Melalui

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

pelatihan dan praktik langsung, mitra mengembangkan anggur laut menjadi dua produk, yaitu keripik dan nugget anggur laut. Pada tahap laporan kemajuan telah dihasilkan 30 bungkus keripik dan 30 bungkus nugget, atau 60 bungkus secara keseluruhan.

Pengembangan produk tersebut memberikan alternatif pemanfaatan anggur laut dan pengalaman baru bagi mitra dalam mengembangkan produk pangan. Hasil ini sejalan dengan kegiatan diversifikasi rumput laut pada masyarakat yang menunjukkan bahwa pelatihan dan praktik pengolahan dapat menghasilkan produk baru dan memperluas keterampilan pengolah (Andriani et al., 2023; Kaya et al., 2022). Kegiatan diversifikasi pada bahan pangan lokal juga dapat menjadi sarana penguatan kapasitas masyarakat apabila disertai pendampingan produksi (Habsyi et al., 2022).



**Gambar 1.** Proses produksi keripik dan nugget anggur laut



**Gambar 2.** Produk keripik dan nugget anggur laut

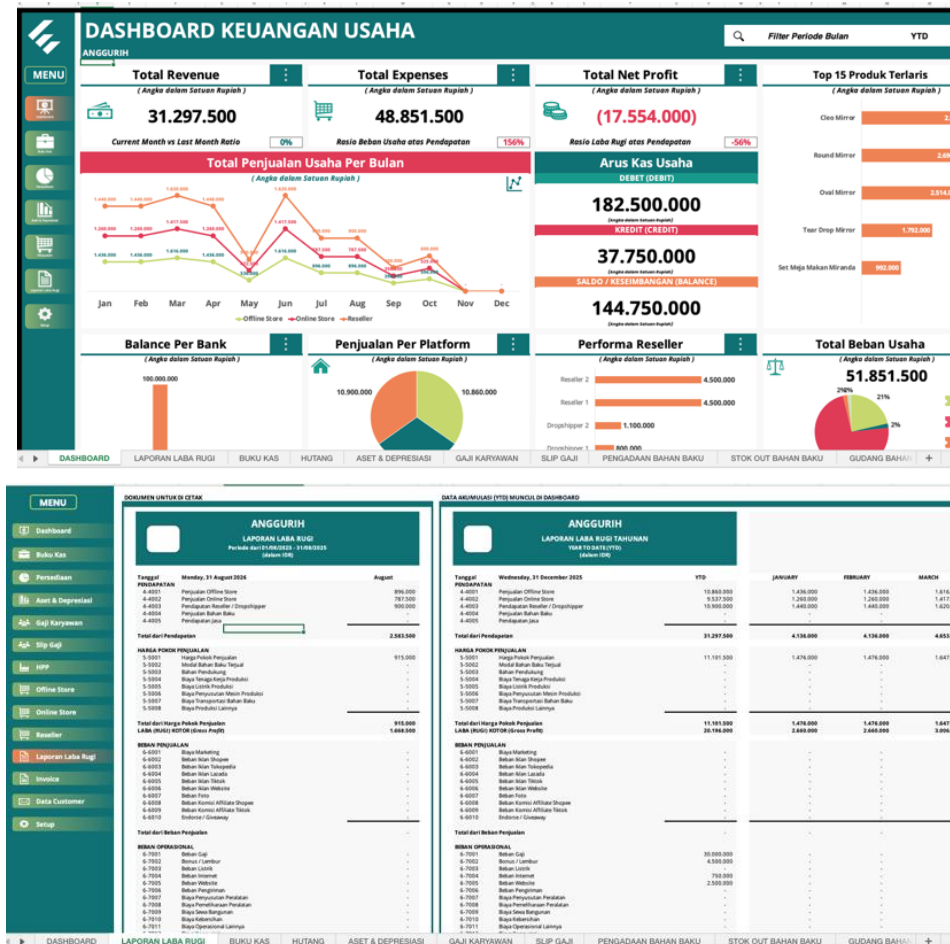
### **Penerapan Teknologi Pencatatan Keuangan**

Permasalahan manajemen yang ditemukan pada awal program adalah belum adanya pencatatan keuangan yang terstruktur. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program menerapkan aplikasi pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel yang dirancang sesuai kebutuhan mitra. Aplikasi memiliki fitur pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran, laporan arus kas, laporan laba rugi, dan laporan keuangan.

Mitra diperkenalkan pada aplikasi melalui pelatihan dan praktik langsung dengan memasukkan transaksi usaha. Penggunaan teknologi sederhana dipilih karena lebih sesuai dengan tahap kesiapan mitra. Pendekatan ini sejalan dengan Hidayat et al. (2024) dan Rachma et al. (2024) yang menunjukkan penggunaan Microsoft Excel sebagai sarana pembelajaran dan penyusunan laporan keuangan UMKM. Solihat et al. (2024) dan Sulastiningsih et al. (2024) juga menunjukkan bahwa penguatan sistem keuangan sederhana melalui pelatihan dapat mendukung kemampuan pengelolaan keuangan UMKM.

Dalam pelaksanaannya, kemampuan mitra dalam menggunakan aplikasi belum sepenuhnya mandiri. Sebagian anggota telah mulai melakukan input transaksi, tetapi masih membutuhkan pendampingan. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan teknologi pada kelompok

masyarakat tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan aplikasi, tetapi juga oleh proses pembelajaran dan pendampingan berkelanjutan. Hal tersebut konsisten dengan temuan bahwa adopsi digital pada usaha kecil perlu didukung kapasitas pengguna dan literasi keuangan (Affandi et al., 2024; Al-Shami et al., 2024).



Gambar 3. Aplikasi pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel

### Penguatan Kemampuan Manajemen dan Penentuan Harga Jual

Penguatan aspek manajemen menjadi penting karena keterampilan produksi tanpa kemampuan pengelolaan keuangan dapat menyebabkan usaha sulit berkembang secara terukur. Pelatihan penyusunan laporan keuangan pada UMKM juga menunjukkan pentingnya pendampingan dalam meningkatkan pemahaman dasar pengelolaan keuangan usaha (Hidayat et al., 2024). Penguatan manajemen dilakukan melalui pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha yang membahas peluang usaha, inovasi, tantangan pengembangan usaha, dan pengelolaan keuangan. Mitra juga memperoleh pendampingan dalam menghitung dan menentukan harga jual. Pendampingan diarahkan agar mitra memahami komponen biaya dan menentukan harga berdasarkan perhitungan, bukan hanya perkiraan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mulai mampu menentukan harga jual secara lebih mandiri, meskipun sebagian masih memerlukan pendampingan. Temuan ini relevan dengan kegiatan pemberdayaan yang menunjukkan bahwa pelaku usaha sering membutuhkan pendampingan dalam menentukan harga pokok dan harga jual setelah melakukan diversifikasi produk (Juniarti et al., 2023). Penguatan kewirausahaan dan pengelolaan keuangan juga penting.

### Pengembangan Kemasan dan Identitas Merek

Program tidak hanya menghasilkan produk pangan, tetapi juga mengembangkan identitas produk melalui kemasan dan merek. Produk menggunakan *standing pouch* dengan merek Anggurih dan tagline “Dari Laut Jadi Gurih”.

Pengembangan kemasan memiliki fungsi penting dalam memberikan identitas produk sekaligus mendukung komunikasi pemasaran. Pendampingan *branding* dan *packaging* pada UMKM menunjukkan bahwa pengembangan identitas visual dan kemasan dapat menjadi bagian dari upaya meningkatkan kapasitas pemasaran produk (Winatha et al., 2023). Pendekatan tersebut sejalan dengan kegiatan pemberdayaan yang menunjukkan pentingnya *packaging*, *branding*, dan identitas visual dalam pengembangan UMKM (Winatha et al., 2023; Wijayanti et al., 2024). Indiarto et al. (2024) menunjukkan bahwa mutu, kemasan, dan digital marketing dapat dikembangkan secara terpadu, sedangkan Walton et al. (2024) dan Sari dan Suwaidi (2023) menunjukkan bahwa *packaging* dan logo dapat menjadi bagian dari pembentukan identitas produk. Wijayanti et al. (2024) menunjukkan bahwa UMKM masyarakat pesisir dapat memperoleh penguatan kapasitas melalui pendampingan *packaging* dan *digital branding*, terutama ketika produk lokal memiliki potensi tetapi belum didukung identitas produk dan strategi pemasaran yang memadai.

Dalam kegiatan ini, pengembangan merek dan kemasan diarahkan untuk meningkatkan kesiapan produk sebelum memasuki pasar. Mitra juga didampingi dalam proses persiapan pengemasan sehingga produk tidak hanya selesai diproduksi, tetapi memiliki bentuk yang lebih siap untuk diperkenalkan kepada konsumen.



Gambar 4. Kemasan dan identitas merek Anggurih

Selain kemasan dan identitas merek, program menyiapkan media pemasaran digital berupa Instagram dan email. Media tersebut disiapkan sebagai sarana awal untuk memperkenalkan produk dan membangun identitas usaha.

Penggunaan media digital dalam pemasaran menjadi salah satu pendekatan yang dapat digunakan UMKM untuk meningkatkan kapasitas promosi dan memperluas jangkauan komunikasi dengan konsumen. Pendampingan *branding*, *packaging*, dan *digital marketing* pada UMKM menunjukkan pentingnya pendekatan yang terintegrasi karena pengembangan produk, identitas merek, dan media promosi saling mendukung (Winatha et al., 2023).

Namun, pada tahap laporan kemajuan, kegiatan pemasaran belum dilakukan secara luas. Mitra masih berada pada tahap produksi dan persiapan pemasaran. Oleh karena itu, belum terdapat omzet dan belum dapat dinyatakan adanya peningkatan pendapatan. Kondisi tersebut menjadi dasar bagi pelaksanaan tahap berikutnya, yaitu mulai mengimplementasikan strategi pemasaran dan melakukan evaluasi terhadap respons pasar.

Selain kemasan dan identitas merek, program menyiapkan media pemasaran digital berupa Instagram dan email. Media tersebut disiapkan sebagai sarana awal untuk memperkenalkan produk

dan membangun identitas usaha. Pemasaran digital memerlukan kemampuan dalam memilih platform, membuat konten, dan mengelola komunikasi dengan konsumen.

Pendampingan digital *marketing* pada UMKM menunjukkan bahwa pelatihan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan platform digital serta memperluas jangkauan pemasaran (Samsinar et al., 2024; Jariyah et al., 2024). Pengembangan konten juga penting untuk membangun citra merek dan brand awareness (Utami et al., 2024), sedangkan pengembangan produk dan konten marketing dapat dilakukan secara terpadu untuk mendukung strategi pemasaran digital (Pujiastuti et al., 2024).

Namun, pada tahap laporan kemajuan, kegiatan pemasaran belum dilakukan secara luas. Mitra masih berada pada tahap produksi dan persiapan pemasaran. Oleh karena itu, belum terdapat omzet dan belum dapat dinyatakan adanya peningkatan pendapatan. Tahap berikutnya perlu mengimplementasikan strategi pemasaran dan mengevaluasi respons pasar. Hal ini penting agar dampak program dapat dinilai berdasarkan data penjualan, bukan hanya berdasarkan kesiapan produk.

Pelaksanaan program menunjukkan perkembangan kapasitas mitra pada tiga aspek utama. Pada aspek produksi, mitra memperoleh keterampilan mengolah anggur laut menjadi keripik dan nugget. Pada aspek manajemen, mitra mulai mengenal pencatatan keuangan digital dan memperoleh kemampuan dalam menentukan harga jual. Pada aspek pemasaran, mitra telah memperoleh pengalaman dalam pengembangan kemasan, identitas merek, dan persiapan media pemasaran.

Meskipun demikian, tingkat penguasaan antaranggota masih berbeda. Sebagian anggota masih membutuhkan pendampingan dalam penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dan kegiatan pemasaran. Temuan ini memperkuat pentingnya pendekatan pendampingan berkelanjutan dalam program pemberdayaan masyarakat, terutama ketika intervensi melibatkan keterampilan baru dan pemanfaatan teknologi.

Dengan demikian, keberhasilan program pada tahap ini lebih tepat dipahami sebagai peningkatan kapasitas dan kesiapan usaha, bukan sebagai peningkatan kinerja ekonomi yang telah final. Dampak terhadap penjualan dan pendapatan baru dapat dievaluasi setelah produk mulai dipasarkan.

## **KESIMPULAN**

Program pengabdian kepada masyarakat di Pulau Barrang Caddi telah mencapai beberapa luaran utama berupa diversifikasi produk anggur laut menjadi keripik dan nugget, penguatan kapasitas mitra dalam produksi dan pengelolaan usaha, serta tersedianya aplikasi pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel, kemasan \*standing pouch\*, identitas merek Anggurih, dan media pemasaran digital. Pada tahap laporan kemajuan, mitra telah menghasilkan 30 bungkus keripik dan 30 bungkus nugget serta mulai mampu menggunakan aplikasi pencatatan keuangan dan menentukan harga jual dengan pendampingan.

Capaian tersebut menunjukkan bahwa program telah menghasilkan produk dan perangkat pendukung usaha yang dapat digunakan oleh mitra. Namun, pada tahap ini produk belum dipasarkan dan belum terdapat data penjualan maupun omzet, sehingga dampak program terhadap peningkatan pendapatan atau kondisi ekonomi mitra belum dapat disimpulkan. Penggunaan aplikasi keuangan dan proses produksi juga masih memerlukan pendampingan untuk memastikan penerapannya dilakukan secara konsisten.

Keberlanjutan program diarahkan pada peningkatan kemandirian mitra dalam pengelolaan usaha, konsistensi dan kapasitas produksi, penguatan kualitas produk, serta implementasi pemasaran dan perluasan pasar. Pendampingan lanjutan diperlukan untuk memastikan hasil dan teknologi yang telah diperkenalkan dapat diterapkan secara berkelanjutan serta menghasilkan data penjualan yang dapat digunakan untuk mengevaluasi perkembangan usaha pada tahap berikutnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di bawah Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia selaku Lembaga pemberi pendanaan dalam pelaksanaan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, LP2M Universitas Negeri Makassar, mitra masyarakat Pulau Barrang Caddi, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. H. S., & Pratama, I. A. (2024). Implementation of digital transformation and artificial intelligence as innovation for MSMEs in the era of industrial revolution 4.0. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(7), 682–691. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i7.130>
- Adiningsih, S. H. S., Syam, A. Z. M., & Damasinta, A. (2025). Analisis pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa pendidikan ekonomi. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(6), 1063–1071. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i6.638>
- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Adiwibowo, D. H. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70, 102376. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Al-Shami, S. A., Damayanti, R., Adil, H., Farhi, F., & Al Mamun, A. (2024). Financial and digital financial literacy through social media use towards financial inclusion among batik small enterprises in Indonesia. *Heliyon*, 10(15), e34902. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34902>
- Andriani, R., Muchdar, F., Suryani, S., Marus, I., & Titaheluw, S. S. (2023). Pelatihan diversifikasi olahan rumput laut pada kelompok usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Halmahera Tengah. *Jurnal Pengabdian Perikanan Indonesia*, 3(2), 265–270. <https://doi.org/10.29303/jppi.v3i2.2801>
- Habsyi, F. Y., Renjaan, D., & Ahmad, I. (2022). Community empowerment through diversification of processed products made from cassava in the Sasa sub-district, Ternate city. *Community Empowerment*, 7(7), 1194–1199. <https://doi.org/10.31603/ce.6855>
- Handayani, T., & Sari, D. K. (2020). Diversifikasi produk olahan hasil laut sebagai upaya peningkatan nilai tambah dan pendapatan masyarakat pesisir. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 101–108.
- Hidayat, V. S., Oktavianti, O., Angela, A., Tjun Tjun, L., Marpaung, E. I., & Dewi, N. L. (2024). Training on the creation and digitalization of financial reports for the success of MSMEs in the future. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 15(4), 817–823. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v15i4.20815>
- Indiarto, R., Fedryansyah, M., & Subroto, E. (2024). Peningkatan mutu, kemasan, dan digital marketing pada UKM keripik pisang dalam upaya kebangkitan ekonomi pascapandemik. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1347–1359. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20672>
- Jariyah, A., Tania, C., Azizah, D. N., Rahmadita, D., Jusnita, E., Qastalam, N., Syahrir, M., Fardisi, R., Indriyani, S. A., Hariska, Z., & Mega, I. R. (2024). Digital marketing training to optimize the marketing of UMKM products for Guntung village community. *Community Empowerment*, 9(5), 851–855. <https://doi.org/10.31603/ce.11947>
- Juniarti, A. T., Setia, B. I., Pangestu, E. S. R., Alghifari, E. S., & Sari, L. M. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, pendampingan, dan pengembangan diversifikasi produk berbahan baku singkong. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3534–3545. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.16029>
- Kaya, A. O. W., Loppies, C. R. M., & Lopulalan, Y. (2022). Diversifikasi olahan hasil perikanan berbasis rumput laut di Desa Nuruwe Kabupaten Seram Bagian Barat Provinsi Maluku. *Balobe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16–22. <https://doi.org/10.30598/balobe.1.1.16-22>

- Martadinata, R., Sidik, F. R., Raihanza, A., Lathifah, M., Nabira, A., Nursamala, N., Sabrina, Safelia, M., Syahriwulan, S., Rahmalia, D., & Mega, I. R. (2024). MSME branding training for coastal communities. *Community Empowerment*, 9(3), 588–591. <https://doi.org/10.31603/ce.11252>
- Nurjanah, A., Abdullah, A., & Nurilmala, M. (2019). Karakteristik rumput laut hijau (*Caulerpa* sp.) sebagai bahan pangan fungsional. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 22(3), 512–520. <https://doi.org/10.17844/jphpi.v22i3.29091>
- Rachma, N., Rahman, K. G., Marlinah, A., & Nurfaulia. (2024). Penyusunan laporan keuangan UMKM berdasarkan SAK EMKM berbantuan Microsoft Excel. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(3), 2982–2996. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i3.23982>
- Rahmi, A., Andria, F., & Salmah, S. (2023). Increasing financial literacy in RT RW net Indonesia cooperatives and MSMEs through simple bookkeeping. *International Journal of Research in Community Services*, 4(1). <https://doi.org/10.46336/ijrcs.v4i1.381>
- Rasyid, A. (2018). Potensi dan pemanfaatan rumput laut sebagai bahan pangan dan produk bernilai ekonomi. *Oseana*, 43(1), 25–36. <https://doi.org/10.14203/oseana.2018.Vol.43No.1.3>
- Rijal, S., Tadampali, A. C. T., Marhawati, Arisah, N., & Adiningsih, S. H. S. (2025). Human resource investment strategy in increasing productivity of economic sectors in Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2259–2265. <https://doi.org/10.31004/jpm.v3i4.1198>
- Samsinar, Sinaga, R., Afriany, R., & Frangky. (2024). Digital marketing training to expand market reach for MSME in Kuala Jambi. *Community Empowerment*, 9(2), 242–247. <https://doi.org/10.31603/ce.10541>
- Sari, N. Z. S., & Suwaidi, R. A. (2023). Branding UMKM Tape Pak Lan melalui pembuatan logo stiker di Dusun Semen, Musir Kidul. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 61–67. <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.526>
- Setiani, R., Ferdiyanto, Y., Prasetyo, D., Sari, C. N., Khoirunisa, N. U., & Sari, S. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan labeling kemasan produk UMKM pada ibu-ibu PKK Dusun Sukajadi. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 156–164. <https://doi.org/10.32639/jcse.v4i2.687>
- Solihat, A., Hamdani, N. A., Maulani, G. A. F., & Dahlena, A. (2024). Improving a simple financial management system for MSMEs in the digital era. *Indonesian Journal of Community Empowerment*, 5(3), 223–229. <https://doi.org/10.35899/ijce.v5i03.1019>
- Sulastiningsih, S., Wikaningtyas, S. U., Sermi, S., & Darmawan, D. (2024). Pelatihan akuntansi dan keuangan untuk peningkatan kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 5(2), 121–130. <https://doi.org/10.32639/ef972t61>
- Syakilla, N., George, R., Chye, F. Y., Pindi, W., Mantihal, S., Wahab, N. A. A., Fadzwi, F. M., Gu, P. H., & Matanjun, P. (2022). A review on nutrients, phytochemicals, and health benefits of green seaweed, *Caulerpa lentillifera*. *Foods*, 11(18), 2832. <https://doi.org/10.3390/foods11182832>
- Terttiaavini, T., Hertati, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2024). Pelatihan digital marketing dan inovasi produk guna meningkatkan daya saing UMKM ikan pedo serbuk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 2405–2416. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21836>
- Utami, A. R., Ratnasari, K., & Amelia, J. R. (2024). Pelatihan pembuatan konten berkualitas dan digital marketing: Kunci sukses penjualan digital bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(6), 6149–6158. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i6.26919>
- Walton, E. P., Haiyudi, Purnamasari, R., Pratama, Y. B., Nurjanah, N., Yurdayanti, Vebrian, R., & Nabela, S. J. (2024). Pelatihan packaging dan pembuatan logo bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan nilai ekonomis produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(3), 3020–3030. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i3.23313>

- Widiawati, K., Alfian, A. N., Shalahuddin, S., Kamila, N., & Manurung, H. (2024). Peningkatan kapasitas digital marketing dan manajerial melalui pelatihan dan pendampingan berbasis kemitraan pada Mutiara Craft (Ecoprint). *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1304–1317. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20728>
- Wijayanti, I., Hilmi, F., & Hakim, L. D. R. (2024). Pendampingan packaging dan digital branding produk UMKM masyarakat pesisir Desa Gili Gede Indah. *Jurnal PEPADU*, 5(3), 592–599. <https://doi.org/10.29303/pepadu.v5i3.5984>
- Winatha, I. K., Suroto, & Rusman, T. (2023). Pendampingan branding, packaging dan digital marketing pada produk olahan singkong bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia*, 3(3), 130–133. <https://doi.org/10.23960/JPSI/v3i2.115-121>
- Yuliasih, M., Nurina, L., Purwandari, W., Destiana, R., & Qadri, M. Z. (2024). Community empowerment through entrepreneurship and financial management training for SMEs. *Jurnal Sipakatau: Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 170–176. <https://doi.org/10.61220/jsipakatau.v1i5.2425>