

**PEMBERDAYAAN UMKM PENGOLAH HASIL LAUT MELALUI
PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* DAN PENERAPAN *GREEN-BLUE
BUSINESS MODEL* DI KABUPATEN LAMONGAN**

**MARTIN ZEBUA¹, LEONARD ADRIE MANAFE^{*2}, IMAN SUPRIADI³
LANNY REGINA SUSANTI⁴, LATHIFAH AISHA NURWANTI⁵,
EMMYWATI⁶, ABDUL CHAMID⁷, WAHYU PURNO IRAWAN⁸**

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

^{*2}Email: leonard.adrie@stiemahardhika.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pengolah hasil laut di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, yang masih mengalami keterbatasan dalam pemasaran digital, inovasi produk, dan kesadaran terhadap praktik bisnis berkelanjutan. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan penjualan produk, sekaligus menumbuhkan kesadaran terhadap penerapan prinsip *Green-Blue Business Model* dalam pengelolaan usaha berbasis hasil laut. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 22 Oktober 2025 di Ruang Pertemuan Bandeng Lele, Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan, dengan melibatkan sepuluh pelaku UMKM sebagai peserta. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang meliputi empat tahapan, yaitu persiapan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan difokuskan pada peningkatan kemampuan pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*, serta penerapan konsep bisnis berkelanjutan dengan pengemasan produk ramah lingkungan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta dalam penggunaan media digital, pembuatan konten promosi, dan kesadaran terhadap kelestarian lingkungan. Evaluasi kegiatan juga menunjukkan bahwa peserta lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara daring dan mulai mengadopsi kemasan yang lebih ramah lingkungan. Kegiatan ini disimpulkan berhasil mencapai tujuan yang direncanakan serta memberikan kontribusi terhadap penguatan kapasitas ekonomi pesisir yang inovatif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, *Digital Marketing*, *Green-Blue Business Model*, UMKM Hasil Laut, Keberlanjutan

I. ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Hidayat et al., 2022). Di wilayah pesisir, khususnya Kabupaten Lamongan, sektor kelautan dan perikanan menjadi salah satu sektor unggulan daerah dengan potensi sumber daya yang melimpah (Savitri & Khairunisa, 2020). Produk olahan hasil laut seperti kerupuk ikan, kerupuk udang, abon ikan, dan pengalengan ikan skala kecil menjadi komoditas khas yang berkontribusi terhadap ekonomi lokal. Namun, di balik potensi tersebut, UMKM pengolah hasil laut di Lamongan masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan manajerial yang menghambat daya saing mereka (Purwanti & Suyanto, 2021).

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM mitra masih beroperasi secara tradisional, baik dalam proses produksi maupun pemasaran.

Keterbatasan dalam inovasi produk, desain kemasan, serta strategi promosi menyebabkan jangkauan pasar yang sempit dan bergantung pada penjualan lokal. Sebagian besar pelaku UMKM belum memahami pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial dan *marketplace*, sebagai sarana pemasaran modern. Selain itu, kesadaran akan pentingnya prinsip keberlanjutan lingkungan dalam pengelolaan usaha juga masih rendah. Padahal, penerapan praktik bisnis berkelanjutan berbasis sumber daya laut (*green-blue business*) dapat menjadi nilai tambah dalam meningkatkan daya saing sekaligus menjaga kelestarian lingkungan pesisir (RI & NASIONAL, 2023).

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya telah berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pelatihan *digital marketing* atau peningkatan inovasi produk. Sifwah et al. (2024) menekankan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat memperluas akses pasar bagi UMKM dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Putra et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pendampingan

berbasis digital branding efektif dalam membangun citra produk dan memperkuat kepercayaan konsumen. Namun, sebagian besar kegiatan tersebut masih berfokus pada aspek teknis digital marketing semata dan belum mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan lingkungan dalam strategi bisnis. Di sisi lain, penelitian Nasution (2022) menggarisbawahi pentingnya konsep *green-blue economy* dalam pengembangan ekonomi pesisir yang berkelanjutan, namun belum banyak diterapkan secara langsung pada konteks pemberdayaan UMKM pengolah hasil laut.

Keterbatasan tersebut membuka peluang bagi model pengabdian yang lebih integratif antara digitalisasi usaha dan prinsip keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi komprehensif melalui pelatihan *digital marketing* dan penerapan *Green-Blue Business Model* bagi UMKM pengolah hasil laut di Kabupaten Lamongan. Kegiatan ini tidak hanya menekankan pada peningkatan kemampuan teknis

dalam pemasaran digital, tetapi juga pada perubahan paradigma usaha agar lebih adaptif, inovatif, dan ramah lingkungan. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi kebaruan (*novelty*) dalam praktik pengabdian masyarakat, karena menggabungkan aspek ekonomi digital dengan prinsip ekonomi berkelanjutan berbasis sumber daya laut secara simultan.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan pelaku UMKM pengolah hasil laut di Lamongan agar mampu memanfaatkan teknologi digital dalam promosi dan distribusi produk, sekaligus meningkatkan kesadaran terhadap praktik bisnis berkelanjutan. Melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal, memperkuat jejaring usaha antar pelaku UMKM, serta mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi pesisir yang inovatif dan berkelanjutan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan UMKM telah banyak dilakukan di berbagai daerah di Indonesia. Sebagian besar program tersebut menitikberatkan pada peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam aspek manajerial, inovasi produk, dan pemasaran berbasis teknologi digital. Penelitian dan pengabdian oleh Asrah et al., (2024) menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing mampu memperluas jangkauan pasar UMKM dan meningkatkan omset penjualan, terutama melalui penggunaan media sosial dan *marketplace*. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Putra et al., (2025) yang melaporkan bahwa pendampingan dalam pembuatan konten digital dan branding produk dapat memperkuat citra usaha kecil dan menumbuhkan loyalitas konsumen.

Namun, sebagian besar kegiatan pengabdian tersebut masih bersifat parsial karena hanya berfokus pada aspek digitalisasi dan promosi, sementara isu keberlanjutan lingkungan dan pengelolaan sumber daya lokal yang ramah lingkungan

belum banyak disentuh. Di sisi lain, penelitian dan pengabdian yang dilakukan oleh Nasution (2022) menyoroti pentingnya penerapan konsep *green-blue economy* dalam membangun ekonomi pesisir yang inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini menggabungkan prinsip keberlanjutan (*green economy*) dengan pemanfaatan sumber daya laut secara bertanggung jawab (*blue economy*), yang dapat mendukung daya tahan ekonomi sekaligus menjaga keseimbangan ekosistem laut. Meskipun konsep tersebut telah banyak diterapkan pada skala makro, seperti pengelolaan perikanan atau pariwisata bahari, penerapannya pada tingkat mikro khususnya pada pemberdayaan UMKM pengolah hasil laut masih sangat terbatas.

Dalam konteks pengabdian ini, prinsip-prinsip Blue Economy diterjemahkan secara lebih spesifik agar relevan bagi UMKM pengolah hasil laut. Pendekatan tersebut meliputi *resource efficiency*, *zero-waste processing*, dan *circular utilization*. Pada prinsip *resource efficiency*, UMKM diperkenalkan

pada cara memanfaatkan bahan baku lokal secara optimal melalui teknik penyimpanan, pengolahan, dan manajemen produksi yang mengurangi pemborosan hasil laut. Prinsip *zero-waste processing* diperkuat dengan edukasi pemanfaatan limbah olahan laut seperti kepala ikan, tulang, isi perut, hingga cangkang kerang yang tidak lagi diperlakukan sebagai limbah, tetapi diolah menjadi produk bernilai tambah seperti kaldu kering, tepung ikan, pakan ikan, pupuk organik, maupun kerajinan berbasis cangkang. Sementara itu, *circular utilization* mendorong UMKM untuk mengintegrasikan pengelolaan limbah ke dalam rantai produksi sehingga usaha tidak hanya menghasilkan produk utama, tetapi juga produk sampingan yang ramah lingkungan dan memiliki nilai ekonomi tambahan.

Dari kajian tersebut terlihat adanya kesenjangan antara digitalisasi usaha dan penerapan prinsip bisnis berkelanjutan di sektor UMKM pesisir. Program pengabdian ini mencoba menjembatani kesenjangan tersebut dengan

mengintegrasikan pelatihan *digital marketing* sebagai sarana penguatan kapasitas promosi dan penjualan dengan penerapan *Green-Blue Business Model* sebagai landasan pengelolaan usaha yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan.

Secara teoretis, kegiatan ini berlandaskan pada dua kerangka utama. Pertama, teori adopsi teknologi dalam konteks pemasaran digital, sebagaimana dijelaskan oleh Davis (1989) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi menentukan tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem digital (Akbar & Bachtiar, 2024). Dalam konteks UMKM, teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana pemilik usaha kecil memutuskan untuk mengadopsi media sosial dan platform daring sebagai sarana pemasaran. Kedua, teori pembangunan berkelanjutan (*sustainable development theory*) yang mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Brundtland Commission (1987), bahwa

pembangunan ekonomi harus memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya (Amsari et al., 2024). Prinsip ini kemudian diterjemahkan dalam konteks bisnis sebagai *green economy* dan *blue economy*, di mana aktivitas ekonomi tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan ekologis.

Keterpaduan antara kedua pendekatan ini menjadi dasar konseptual pengabdian yang dilakukan di Lamongan. Dengan membekali pelaku UMKM

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Lamongan berawal dari hasil observasi lapangan serta diskusi bersama pihak Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan dan pelaku UMKM pengolah hasil laut. Berdasarkan wawancara dan identifikasi kebutuhan yang dilakukan terhadap sepuluh mitra UMKM, ditemukan sejumlah permasalahan utama yang menghambat pengembangan dan daya saing usaha mereka.

keterampilan digital dan pemahaman akan keberlanjutan lingkungan, diharapkan tercipta model pemberdayaan yang tidak hanya meningkatkan kinerja ekonomi tetapi juga memperkuat ketahanan sosial dan ekologi di kawasan pesisir. Kebaruan (*novelty*) kegiatan ini terletak pada sinergi antara transformasi digital dan praktik bisnis *green-blue*, yang belum banyak diimplementasikan secara terpadu pada program pengabdian masyarakat berbasis ekonomi pesisir.

III. IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Permasalahan tersebut meliputi aspek pemasaran, inovasi produk, kapasitas sumber daya manusia, serta rendahnya kesadaran terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan.

Sebagian besar pelaku UMKM pengolah hasil laut di Lamongan masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti penjualan langsung di pasar lokal atau melalui jaringan pribadi. Minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital menyebabkan jangkauan pasar mereka terbatas dan

sulit bersaing dengan produk serupa dari daerah lain yang sudah memanfaatkan media sosial maupun *platform marketplace*. Padahal, pemanfaatan teknologi digital memiliki potensi besar untuk memperluas akses pasar, meningkatkan promosi, serta memperkuat citra produk lokal di tingkat nasional.

Permasalahan lain yang teridentifikasi adalah kurangnya inovasi dalam pengemasan dan diferensiasi produk. Sebagian besar UMKM masih menggunakan kemasan sederhana yang belum memperhatikan estetika dan nilai keberlanjutan lingkungan. Penggunaan bahan plastik sekali pakai yang tidak ramah lingkungan berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap ekosistem pesisir. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keberlanjutan dan kesadaran lingkungan belum menjadi bagian dari strategi usaha yang dijalankan oleh para pelaku UMKM tersebut.

Selain itu, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi kendala yang signifikan. Sebagian besar pelaku UMKM belum terbiasa

menggunakan perangkat digital dalam operasional bisnis sehari-hari, seperti untuk pencatatan transaksi, pengelolaan media sosial, maupun analisis pasar. Tingkat literasi digital yang rendah menyebabkan mereka kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen di era digital. Di sisi lain, kerja sama antarpelaku UMKM juga masih lemah, sehingga potensi kolaborasi untuk pengadaan bahan baku, promosi bersama, maupun distribusi produk belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Permasalahan-permasalahan tersebut memperlihatkan bahwa pemberdayaan UMKM pengolah hasil laut di Lamongan tidak cukup hanya difokuskan pada peningkatan aspek ekonomi semata, melainkan perlu diintegrasikan dengan aspek digitalisasi dan keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi melalui pelatihan dan pendampingan yang menggabungkan dua pendekatan utama, yaitu *Digital Marketing* untuk meningkatkan kapasitas promosi dan pemasaran, serta *Green-Blue*

Business Model untuk memperkuat kesadaran dan penerapan praktik bisnis berkelanjutan.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, rumusan masalah yang menjadi dasar kegiatan pengabdian ini difokuskan pada 1) bagaimana meningkatkan kemampuan pelaku UMKM pengolah hasil laut dalam memanfaatkan media digital untuk promosi dan pemasaran, 2) bagaimana menumbuhkan kesadaran

IV. TUJUAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM pengolah hasil laut di Kabupaten Lamongan melalui pendekatan yang terintegrasi antara peningkatan kapasitas digital dan penerapan prinsip bisnis berkelanjutan. Secara umum, kegiatan ini diarahkan untuk memperkuat daya saing UMKM pesisir agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar modern dan sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan dalam praktik usaha mereka.

terhadap penerapan prinsip bisnis berkelanjutan, dan 3) bagaimana mengintegrasikan kedua pendekatan tersebut untuk memperkuat daya saing UMKM di kawasan pesisir Lamongan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu menghasilkan model pemberdayaan yang tidak hanya meningkatkan kapasitas ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan di wilayah pesisir.

Secara khusus, tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan promosi produk, melalui pelatihan *digital marketing* yang mencakup pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial, serta strategi penjualan daring. Selain itu, kegiatan ini bertujuan menumbuhkan kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya penerapan konsep *Green-Blue Business Model* dalam pengelolaan usaha berbasis hasil laut. Melalui pendekatan ini, diharapkan para pelaku UMKM tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan,

tetapi juga memperhatikan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan usahanya.

Kegiatan pengabdian ini juga diarahkan untuk mendorong terbentuknya jaringan kolaboratif antar pelaku UMKM, akademisi, dan instansi pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan ekosistem ekonomi pesisir yang

V. MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan berbagai manfaat yang signifikan, baik secara langsung bagi para pelaku UMKM pengolah hasil laut di Kabupaten Lamongan maupun secara tidak langsung bagi masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, para pelaku UMKM memperoleh peningkatan kemampuan dan pengetahuan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas promosi dan penjualan produk. Pengenalan terhadap konsep *digital marketing* memungkinkan mereka untuk memahami strategi pemasaran modern, seperti pemanfaatan media

inovatif, digital, dan berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga pada penguatan kapasitas kolektif masyarakat pesisir agar lebih mandiri, adaptif, dan tangguh menghadapi perubahan ekonomi berbasis teknologi.

sosial, pembuatan konten kreatif, serta pengelolaan toko daring yang efektif. Dengan keterampilan ini, para pelaku usaha diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Selain manfaat ekonomi, kegiatan ini juga memberikan manfaat ekologis dan sosial melalui penerapan *Green-Blue Business Model*. Melalui pendekatan ini, peserta memperoleh pemahaman tentang pentingnya keberlanjutan dalam kegiatan usaha, seperti penggunaan bahan baku ramah lingkungan, pengelolaan limbah produksi, serta penggunaan kemasan yang dapat didaur ulang. Kesadaran

terhadap aspek lingkungan diharapkan dapat mendorong perubahan perilaku bisnis menuju praktik yang lebih bertanggung jawab terhadap kelestarian ekosistem pesisir. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Dari sisi kelembagaan, kegiatan pengabdian ini memperkuat hubungan antara dunia akademik, pemerintah daerah, dan pelaku usaha lokal. Kolaborasi ini menciptakan sinergi yang bermanfaat dalam penyusunan kebijakan, pengembangan inovasi, serta implementasi program pemberdayaan masyarakat berbasis riset dan teknologi. Bagi perguruan tinggi,

kegiatan ini memberikan manfaat akademik dalam bentuk penerapan ilmu pengetahuan secara nyata serta menjadi media pembelajaran bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan sosial dan profesional melalui keterlibatan langsung di lapangan.

Secara keseluruhan, manfaat kegiatan ini tidak hanya dirasakan pada tataran individu, tetapi juga pada tingkat komunitas dan kelembagaan. Peningkatan kapasitas UMKM, penerapan prinsip keberlanjutan, serta terbentuknya jejaring kolaboratif antara akademisi dan masyarakat menjadi modal penting untuk mewujudkan ekosistem ekonomi pesisir yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing tinggi di Kabupaten Lamongan.

VI. KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

Kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun secara sistematis untuk memastikan setiap tahapan pelaksanaan mampu menjawab permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu UMKM pengolah hasil laut di Kabupaten Lamongan. Permasalahan utama yang

telah diidentifikasi meliputi rendahnya kemampuan pemasaran digital, kurangnya inovasi dalam pengelolaan produk dan kemasan, serta minimnya kesadaran terhadap penerapan praktik bisnis berkelanjutan. Untuk mengatasi hal tersebut, program ini dirancang dengan pendekatan yang

mengintegrasikan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi berbasis partisipasi aktif mitra.

Tahap awal dimulai dengan kegiatan koordinasi dan identifikasi kebutuhan mitra. Pada tahap ini, tim pelaksana berkoordinasi dengan Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan untuk menentukan calon peserta dan melakukan survei awal guna memetakan kemampuan serta kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Kegiatan ini penting untuk memastikan bahwa program yang disusun benar-benar relevan dengan kondisi lapangan dan kebutuhan riil masyarakat sasaran.

Tahap berikutnya adalah penyusunan dan pelaksanaan pelatihan *digital marketing*. Dalam kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar pemasaran digital, strategi *branding* produk, dan teknik pembuatan konten kreatif di media sosial. Peserta juga dilatih untuk menggunakan *platform marketplace* serta mengelola akun bisnis secara profesional. Materi disampaikan secara interaktif melalui presentasi, diskusi, dan praktik

langsung, dengan pendampingan dari dosen dan mahasiswa.

Selanjutnya, dilakukan pengenalan dan penerapan konsep *Green-Blue Business Model* sebagai pendekatan keberlanjutan usaha. Pada tahap ini, peserta dilatih untuk memahami prinsip-prinsip usaha ramah lingkungan, mulai dari penggunaan bahan baku berkelanjutan, inovasi kemasan ramah lingkungan, hingga pengelolaan limbah produksi. Pelatihan ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran peserta terhadap pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam aktivitas bisnis mereka.

Tahap ketiga adalah pendampingan intensif dan monitoring hasil kegiatan. Tim pelaksana mendampingi peserta dalam menerapkan keterampilan yang telah diperoleh, baik dalam pembuatan konten digital, pengelolaan akun media sosial, maupun dalam memperbaiki desain kemasan produk. Pendampingan dilakukan secara tatap muka dan melalui komunikasi daring untuk memastikan keberlanjutan hasil

pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan cara membandingkan kemampuan dan pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan, serta melalui observasi terhadap perubahan strategi pemasaran dan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh mitra.

Melalui tahapan-tahapan tersebut, diharapkan kegiatan pengabdian ini dapat berjalan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendekatan yang berbasis pada pelatihan partisipatif dan

VII. KHALAYAK SASARAN

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pengolah hasil laut di Kabupaten Lamongan, Provinsi Jawa Timur. Kelompok ini dipilih karena memiliki potensi ekonomi yang besar, namun masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam aspek manajerial, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Berdasarkan hasil koordinasi dengan Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan, ditetapkan sebanyak

pendampingan berkelanjutan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat kolaborasi antar-UMKM serta mendorong terciptanya ekosistem usaha pesisir yang lebih inovatif, digital, dan berkelanjutan. Dengan demikian, kerangka pemecahan masalah ini menjadi panduan strategis bagi pelaksanaan kegiatan agar solusi yang diberikan benar-benar mampu menjawab kebutuhan mitra secara nyata.

sepuluh pelaku UMKM yang menjadi mitra utama dalam kegiatan ini.

Sebagian besar pelaku UMKM mitra bergerak di bidang produksi olahan hasil laut seperti kerupuk ikan, kerupuk udang, abon ikan, dan produk olahan kering lainnya. Mereka umumnya merupakan pelaku usaha berskala rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja terbatas dan sistem manajemen usaha yang masih sederhana. Dari hasil wawancara awal, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan usahanya, namun terkendala oleh

kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital serta minimnya inovasi dalam pengemasan produk.

Karakteristik khalayak sasaran yang beragam baik dari segi usia, pengalaman usaha, maupun tingkat pendidikan menjadi pertimbangan dalam perancangan materi pelatihan dan metode pendampingan. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat partisipatif, di mana setiap peserta tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan aktif dalam proses pembelajaran dan penerapan hasil kegiatan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan baru, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri,

VIII. METODE KEGIATAN

Metode kegiatan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini disusun secara sistematis untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM pengolah hasil laut di Kabupaten Lamongan. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam proses

keaktivitas, dan kemandirian bagi para pelaku UMKM dalam mengelola serta mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Selain itu, sasaran tidak langsung dari kegiatan ini adalah masyarakat pesisir Lamongan secara umum, yang akan memperoleh manfaat melalui peningkatan aktivitas ekonomi lokal, penyerapan tenaga kerja, serta tumbuhnya kesadaran kolektif terhadap pentingnya pengelolaan sumber daya laut secara bijak. Keterlibatan aktif lembaga pemerintah daerah, khususnya Dinas Perikanan, juga memastikan bahwa dampak kegiatan ini dapat terintegrasi dengan program pengembangan ekonomi daerah berbasis kelautan yang sedang dijalankan.

pembelajaran dan penerapan hasil pelatihan. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan tidak hanya bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga membangun kesadaran, kemampuan, dan kemandirian mitra dalam mengelola usahanya secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Rabu, 22 Oktober 2025, bertempat di Ruang

Pertemuan Bandeng Lele, Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan, Jalan Sumargo No. 2 Lamongan. Peserta kegiatan berjumlah sepuluh pelaku UMKM pengolah hasil laut yang merupakan binaan Dinas Perikanan setempat. Tim pelaksana

terdiri dari tiga dosen dan dua mahasiswa dari perguruan tinggi pelaksana, dengan dukungan penuh dari pihak Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan sebagai mitra kerja.



Gambar 1. Opening Session (Kepala Dinas Perikanan Lamongan, Ketua LPPM STIE Mahardhika Surabaya, Seluruh Peserta PKM)

Pelaksanaan kegiatan terdiri dari empat tahapan utama, yaitu (1) tahap persiapan, (2) tahap pelatihan, (3) tahap pendampingan, dan (4) tahap evaluasi.

Tahap pertama adalah persiapan, yang meliputi koordinasi dengan pihak Dinas Perikanan untuk menentukan mitra, survei awal kebutuhan, serta penyusunan materi dan perangkat pelatihan. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan identifikasi terhadap kemampuan dasar mitra dalam hal pemasaran digital, desain kemasan, dan

pengetahuan tentang keberlanjutan usaha. Hasil dari tahap ini digunakan sebagai dasar untuk merancang pendekatan pelatihan yang sesuai dengan tingkat pemahaman peserta.

Tahap kedua adalah pelatihan dan transfer pengetahuan, yang menjadi inti dari kegiatan pengabdian. Pelatihan dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama membahas *Digital Marketing for Small Business*, yang mencakup strategi pemasaran melalui media sosial, pembuatan konten digital yang menarik, serta pengelolaan toko

daring di *platform marketplace*. Peserta dilatih untuk membuat akun bisnis di media sosial, menulis deskripsi produk yang efektif, dan mengambil foto produk dengan teknik sederhana namun profesional. Sesi kedua berfokus pada pengenalan konsep *Green-Blue Business Model*, yaitu pendekatan bisnis yang mengintegrasikan keberlanjutan lingkungan dan pengelolaan sumber daya laut yang bertanggung jawab. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada teknik dasar pengolahan limbah

hasil laut yang aman dan bernilai tambah, seperti pemanfaatan limbah kepala ikan sebagai bahan pupuk cair organik, pemanfaatan tulang untuk pembuatan tepung ikan sederhana, serta penggunaan cangkang kerang sebagai bahan kerajinan kecil atau campuran pupuk kompos. Contoh praktik ini diberikan untuk memperlihatkan bagaimana prinsip *Blue Economy* dapat diterapkan pada level UMKM dengan peralatan sederhana.



Gambar 2. Dosen Martin Zebua, S.E., M.M., (Presentasi Materi *Digital Marketing*)



Gambar 3. Dosen Leonard Adrie Manafe, S.E., M.M., (Presentasi Materi *Green Blue Business Model*)

Tahap ketiga adalah pendampingan dan implementasi, di mana peserta didampingi secara langsung untuk menerapkan hasil pelatihan. Pada tahap ini muncul temuan-temuan spesifik terkait penerapan prinsip *Blue Economy*. Beberapa peserta mulai bereksperimen memanfaatkan limbah kepala ikan yang sebelumnya dibuang begitu saja menjadi bahan pupuk cair menggunakan metode fermentasi sederhana. Peserta lain mencoba

mengeringkan tulang ikan untuk dijadikan tepung ikan sebagai bahan tambahan pakan ternak. Selain itu, sebagian peserta mulai mengumpulkan cangkang kerang untuk diolah menjadi campuran pupuk kompos maupun hiasan kemasan produk. Pendampingan ini memastikan bahwa praktik ramah lingkungan tidak hanya dipahami secara teoretis, tetapi dicoba secara langsung oleh pelaku UMKM sesuai kapasitas masing-masing.



Gambar 4. Mahasiswa Lanny Regina Susanti dan Lathifah Aisha Nurwanti (Membantu Pembuatan Konten Digital)

Tahap keempat adalah evaluasi kegiatan, yang dilakukan melalui diskusi reflektif, observasi langsung, dan penyebaran kuesioner sederhana. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman serta keterampilan peserta sebelum dan sesudah kegiatan, baik dalam penggunaan media digital untuk promosi maupun pemahaman tentang

pengelolaan usaha berbasis keberlanjutan. Khusus pada aspek *Blue Economy*, tercatat bahwa enam dari sepuluh peserta mulai mencoba minimal satu bentuk pemanfaatan limbah laut, seperti pembuatan pupuk cair dari kepala ikan atau pengumpulan cangkang kerang sebagai bahan kerajinan. Respons peserta menunjukkan bahwa praktik

pemanfaatan limbah tersebut dianggap mudah diterapkan dan berpotensi menambah nilai ekonomi.



Gambar 5. Peserta Mengisi Kuesioner

Secara keseluruhan, metode kegiatan yang diterapkan dalam program pengabdian ini menggabungkan unsur edukatif, praktis, dan partisipatif. Dengan mengombinasikan pelatihan digital marketing dan penerapan *Green-Blue*

IX. EVALUASI KEGIATAN

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai sejauh mana program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan telah mencapai tujuan yang telah dirumuskan, serta untuk memastikan bahwa seluruh tahapan kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan. Evaluasi juga berfungsi sebagai dasar refleksi bagi tim pelaksana dalam menilai efektivitas metode pelaksanaan, tingkat partisipasi mitra, serta keberlanjutan

Business Model, kegiatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat sinergi antar pelaku UMKM dan memperluas jejaring ekonomi pesisir berbasis keberlanjutan.

dampak kegiatan setelah program selesai.

Proses evaluasi dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, penilaian dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada sepuluh peserta UMKM mitra. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan peserta terkait dua aspek utama, yaitu *digital marketing* dan penerapan prinsip *Green-Blue Business Model*. Hasil evaluasi

menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk promosi, serta kesadaran pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan dan pengelolaan limbah produksi. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memiliki akun bisnis digital dan belum pernah menggunakan platform daring untuk memasarkan produk. Setelah pelatihan dan pendampingan, seluruh peserta berhasil membuat akun media sosial bisnis, mengunggah konten promosi produk, dan mulai melakukan interaksi langsung dengan calon pembeli secara daring.

Penilaian kuantitatif juga mencatat adanya peningkatan aktivitas pemasaran digital pascapelatihan. Dalam dua minggu setelah pendampingan, total 58 *inquiry* (pertanyaan dari calon pembeli) tercatat pada akun media sosial sepuluh peserta, meningkat signifikan dari kondisi awal yang hampir tidak ada interaksi daring. Selain itu, tujuh dari sepuluh peserta melaporkan telah mencoba

melakukan penjualan daring melalui *WhatsApp Business* dan media sosial, dengan total 19 transaksi berhasil pada minggu pertama uji coba penjualan online. Data ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga langsung berdampak pada aktivitas pemasaran dan potensi penjualan mereka.

Sementara itu, secara kualitatif, evaluasi dilakukan melalui diskusi reflektif dan observasi langsung selama proses pendampingan berlangsung. Tim pelaksana mencatat adanya perubahan perilaku dan motivasi yang positif dari peserta. Mereka menjadi lebih percaya diri untuk memasarkan produknya secara online, menunjukkan kreativitas dalam membuat konten promosi, serta lebih memperhatikan aspek kebersihan dan keberlanjutan dalam proses produksi. Beberapa peserta bahkan mulai mengganti kemasan plastik konvensional dengan bahan kertas tebal atau kemasan ramah lingkungan lainnya. Selain itu, peserta melaporkan bahwa interaksi dengan calon pembeli secara daring memberikan pengalaman baru yang

memperluas wawasan mereka tentang preferensi pelanggan, terutama terkait kejelasan foto produk, deskripsi, dan kecepatan merespons pesan.

Selain mengevaluasi hasil terhadap peserta, tim pelaksana juga melakukan evaluasi terhadap proses pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan catatan lapangan, seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan sesuai jadwal yang telah direncanakan tanpa kendala berarti. Keterlibatan Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan sebagai mitra pendukung sangat membantu dalam mengoordinasikan peserta serta menyediakan sarana dan prasarana kegiatan. Peran aktif mahasiswa dalam membantu proses pelatihan dan dokumentasi juga memberikan nilai tambah terhadap keberhasilan pelaksanaan program.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan kapasitas digital, menumbuhkan kesadaran lingkungan, dan memperkuat jaringan kolaboratif antar pelaku UMKM pesisir. Namun demikian, terdapat beberapa catatan untuk perbaikan di masa mendatang, seperti perlunya pendampingan lanjutan dalam pengelolaan konten digital secara berkelanjutan dan peningkatan akses terhadap infrastruktur teknologi di daerah pesisir. Dengan hasil evaluasi ini, kegiatan pengabdian dapat dikategorikan berhasil dan relevan dengan kebutuhan masyarakat sasaran, sekaligus memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y., & Bachtiar, Y. (2024). Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi Kipin School Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5, 2827–2839. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.1013>
- Amsari, S., Harahap, I., & M Nawawi, Z. (2024). Transformasi Paradigma Pembangunan Ekonomi: Membangun Masa Depan Berkelanjutan melalui Perspektif Ekonomi Syariah. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8, 729. <https://doi.org/10.33087/ekono>

- mis.v8i1.1703
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215–224. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). PERAN UMKM (USAHA, MIKRO, KECIL, MENENGAH) DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6 SE-Articles). <https://doi.org/10.47492/jip.v3i6.2133>
- Nasution, M. (2022). POTENSI DAN TANTANGAN BLUE ECONOMY DALAM Mendukung PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA: KAJIAN LITERATUR. *Jurnal Budget: Isu Dan Masalah Keuangan Negara*, 7. <https://doi.org/10.22212/jbudget.v7i2.136>
- Purwanti, I., & Suyanto, U. Y. (2021). PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR UMKM DI KABUPATEN LAMONGAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (MEA)*, 5(1), 735–757. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i1.636>
- Putra, E., Gumilang, H., Syariifah, I., Noeryani, M., & Hasanah, N. (2025). Pendampingan Transformasi Digital UMKM di Desa Dampit melalui Pengembangan Identitas Usaha Berbasis Solusi Digital Terpadu. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 4, 264–272. <https://doi.org/10.29103/jmm.v4i1.23414>
- RI, K. H. D. H. A. M., & NASIONAL, B. P. H. (2023). HASIL PENYELARASAN NASKAH AKADEMIK RANCANGAN UNDANG-UNDANG TENTANG RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA PANJANG NASIONAL TAHUN 2025-2045. In *KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA RI BADAN PEMBINAAN HUKUM NASIONAL*. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RE D2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Savitri, R., & Khairunisa, L. (2020). ARAHAN PENGEMBANGAN KAWASAN MINAPOLITAN PERIKANAN TANGKAP DI PESISIR KABUPATEN LAMONGAN. *Jurnal Ilmiah Plano Krisna*, 16(2), 162–182.
- Sifwah, M., Nikhal, Z., Dewi, A., Nurcahyani, N., & Latifah, R. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan

Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and*

Production, 2, 109–118.
<https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>