

Pelatihan Diversifikasi Produk Dan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Nipa Kecamatan Ambalawi

**Nurul Huda¹⁾, Jaenab²⁾, Muhammad Yusuf³⁾, Miftahul Tazqiah Auliya⁴⁾,
Kiki Anggriani⁵⁾ Aerlangga⁶⁾**

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email Korespondensi: nurulhuda.stiebima@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 02-12-2025

Disetujui 12-12-025

Diterbitkan 14-12-025

ABSTRACT

Nipa Village in Ambalawi District, Bima Regency, West Nusa Tenggara Province possesses substantial natural resource potential in the fisheries and agricultural sectors; however, this potential has not been fully directed toward the development of value-added processed products. This community service program aims to enhance the knowledge and skills of community business groups in processing, packaging, marketing, and business management based on local commodities, particularly fishery and agricultural products. The program was implemented through a series of training sessions and mentoring activities covering food product processing, packaging innovation, branding, and offline and online marketing strategies, involving community business actors, village officials, and students participating in a Community Service Program (KKN) accompanied by supervising lecturers. The results indicate an increase in entrepreneurs' understanding of basic entrepreneurial concepts, more structured business management, and the ability to develop processed products based on local commodities with more attractive and competitive packaging. In addition, the use of digital technology in marketing has begun to be adopted by business actors, opening opportunities for market expansion and income improvement. Overall, this program contributes to strengthening the local economy of Nipa Village through optimizing the management of natural resource potential and developing community-based business units.

Keyword: *community service, Nipa Village, processed products, entrepreneurship, digital marketing, local economy.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nurul Huda, Jaenab, Muhammad Yusuf, Miftahul Tazqiah Auliya, Kiki Anggriani, & Aerlangga. (2025). Pelatihan Diversifikasi Produk Dan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Nipa Kecamatan Ambalawi. *Indonesia Berdampak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 455-463. <https://doi.org/10.63822/v6122563>



PENDAHULUAN

Desa Nipa yang terletak di Kecamatan Ambalawi, Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, merupakan salah satu desa pesisir yang dianugerahi sumber daya alam melimpah, terutama di sektor perikanan dan pertanian. Posisi geografis yang strategis di wilayah pesisir dengan lahan pertanian yang subur menjadikan masyarakat menggantungkan hidup pada aktivitas ekonomi berbasis pemanfaatan sumber daya alam lokal. Dalam konteks pembangunan ekonomi pedesaan dan penguatan ketahanan pangan, kondisi ini sebenarnya merupakan peluang besar bagi Desa Nipa untuk tumbuh menjadi desa yang mandiri dan berdaya saing. Namun, tanpa pengelolaan yang optimal, potensi tersebut berisiko hanya menjadi komoditas mentah yang nilainya belum sepenuhnya memberikan dampak maksimal bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pada sektor perikanan, Desa Nipa dikenal memiliki hasil laut yang beragam, terutama ikan tuna dan ikan torami. Ikan tuna merupakan komoditas unggulan yang bernilai ekonomis tinggi dan memiliki permintaan besar baik di pasar lokal maupun nasional. Sementara itu, ikan torami menjadi sumber protein alternatif dengan ketersediaan relatif stabil sepanjang tahun. Meskipun demikian, pemanfaatan potensi perikanan ini umumnya masih terbatas pada penjualan hasil tangkapan dalam bentuk segar. Minimnya diversifikasi produk olahan, keterbatasan pengetahuan tentang teknologi pengolahan dan pengemasan, serta akses pemasaran yang belum optimal menyebabkan nilai tambah yang diterima nelayan dan pelaku usaha lokal belum maksimal.

Di sisi lain, sektor pertanian Desa Nipa juga menunjukkan prospek yang sangat menjanjikan. Lahan pertanian dimanfaatkan untuk menanam padi sebagai bahan pangan pokok utama, serta jagung yang memiliki peran penting baik sebagai komoditas konsumsi maupun bahan pakan ternak. Komoditas hortikultura seperti bawang merah menjadi sumber pendapatan tambahan yang bernilai jual tinggi, sementara kelapa berpotensi dikembangkan menjadi berbagai produk turunan, seperti minyak kelapa dan kopra. Namun, pola usaha tani yang masih bersifat tradisional, ketergantungan pada penjualan hasil panen dalam bentuk bahan mentah, fluktuasi harga, serta terbatasnya kemampuan pengolahan dan inovasi produk menyebabkan petani belum sepenuhnya menikmati manfaat ekonomi dari kekayaan sumber daya yang dimiliki.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara besarnya potensi sumber daya alam dengan kemampuan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan potensi tersebut menjadi usaha produktif yang berkelanjutan. Di tengah tuntutan peningkatan daya saing dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan produk olahan, higienis, berkualitas, dan memiliki kemasan menarik, pelaku usaha di Desa Nipa membutuhkan penguatan kapasitas dalam hal keterampilan pengolahan, inovasi produk, manajemen usaha, dan strategi pemasaran, termasuk pemanfaatan teknologi digital. Tanpa intervensi yang tepat, Desa Nipa berisiko tetap berada pada posisi sebagai pemasok bahan mentah dengan nilai tambah rendah.

Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis melalui program pemberdayaan dan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada optimalisasi pemanfaatan potensi perikanan dan pertanian di Desa Nipa. Upaya ini dapat dilakukan melalui pelatihan pengolahan produk hasil laut dan hasil pertanian, pengembangan produk olahan bernilai tambah, inovasi pengemasan, penguatan

kelembagaan kelompok usaha, serta pendampingan dalam manajemen usaha dan pemasaran. Dengan demikian, pengelolaan potensi lokal tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan rumah tangga, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ketahanan pangan, penciptaan lapangan kerja, dan terwujudnya Desa Nipa sebagai desa yang mandiri, produktif, dan berdaya saing di tingkat regional maupun provinsi.



Gambar 1. Potensi Desa Nipa

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, terlihat jelas bahwa masyarakat Desa Nipa memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk olahan berbasis sumber daya lokal. Berbagai ide kreatif telah muncul dari upaya memaksimalkan pemanfaatan bahan baku yang selama ini hanya dijual dalam bentuk mentah. Diversifikasi produk dari bahan baku yang sama misalnya ikan tuna yang diolah menjadi abon, dimsum, dan sambal, stidak hanya menghadirkan variasi produk, tetapi juga memberikan nilai tambah ekonomi yang signifikan bagi pelaku usaha. Hal yang sama terjadi pada produk lain seperti bawang goreng, minyak kelapa murni (VCO), dan beras kemasan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga memiliki potensi untuk dipasarkan lebih luas di luar desa.

Usaha ini berawal dari kesadaran dan kebutuhan masyarakat untuk tidak lagi bergantung pada penjualan hasil laut dan hasil pertanian dalam bentuk mentah dengan harga yang relatif rendah. Di tengah

melimpahnya bahan baku lokal seperti ikan tuna, ikan torami, jagung, kelapa, dan bawang, muncul gagasan untuk mengolahnya menjadi produk yang lebih bernilai jual dan berdaya saing. Dari sinilah lahir beragam produk olahan, antara lain abon tuna, dimsum tuna, sambal tuna, puding jagung cokelat, ikan kering torami, bawang goreng, minyak kelapa (VCO), hingga beras kemasan dengan identitas lokal. Kehadiran produk-produk ini bukan hanya sekadar bentuk kreativitas, tetapi juga menjadi wujud nyata transformasi ekonomi rumah tangga, membuka peluang usaha baru, dan memperkuat posisi Desa Nipa sebagai sentra produk olahan lokal yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut.

METODE PELAKSANAAN

Dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra di Desa Nipa sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, program pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan beberapa metode pendekatan yang diharapkan mampu membantu menyelesaikan masalah tersebut, yaitu melalui metode demonstrasi, pelatihan, dan penyuluhan. Metode yang digunakan berfokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan pengolahan hasil perikanan dan pertanian lokal, pengembangan inovasi produk, pengemasan, pemasaran, serta manajemen usaha berbasis potensi Desa Nipa. Kegiatan diawali dengan sosialisasi/penyuluhan mengenai urgensi pentingnya jiwa kewirausahaan dan strategi menjadi wirausahawan berbasis komoditas lokal. Selanjutnya dilaksanakan pelatihan berupa praktik langsung mengolah hasil laut dan pertanian, seperti ikan tuna, ikan torami, jagung, kelapa, bawang merah, dan beras menjadi berbagai produk olahan bernilai tambah. Produk yang dikembangkan antara lain abon tuna, dimsum tuna, sambal tuna, puding jagung cokelat, ikan kering torami, bawang goreng, minyak kelapa (VCO), dan beras kemasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program yang telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan sebagaimana diuraikan pada bagian metodologi, telah menghasilkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Tahapan Sosialisasi Program

Pada tahapan Sosialisasi Program Tim Pengabdian melakukan koordinasi awal dengan pihak desa nipa dan Mitra Pengabdian untuk melakukan sinkronisasi jadwal. Dari hasil koordinasi tersebut Tim Pengabdian memaparkan kepada pihak kelurahan dan mitra pengabdian akan melaksanakan kegiatan pendampingan dan pelatihan proses produksi berbagai jenis olahan, pelatihan Digital Marketing. Kegiatan ini diawali dengan memberikan pemahaman mendalam kepada masyarakat mengenai pentingnya dan cara memulai bisnis di bidang pengolahan pangan. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan kesadaran bahwa usaha kuliner memiliki potensi yang sangat bagus dengan keuntungan yang cepat dan kebutuhan pasar yang tinggi. Peserta yang sudah memiliki pengalaman dalam mengolah produk di berikan stimulus lagi sehingga menghasilkan produk yang berkualitas dan di terima pasar. Semua bahan dasar yang dipakai dalam pengolahan produk merupakan hasil alam yang ada di d dengan bahan besa nipa kecamatan abalawi bahan baku yang berkualitas. Produk ini dilakukan melalui tahapan persiapan bahan baku, proses produksi, pengemasan, dan pemasaran. Sambal tuna dan abon tuna dibuat dari ikan tuna segar

yang diolah dengan bumbu hingga matang kering, lalu dikemas dalam botol atau kemasan vacuum agar awet. Dimsum tuna dibuat dari daging tuna giling yang dibungkus kulit pangsit lalu dikukus dan dipasarkan dalam bentuk frozen food. Puding jagung coklat diolah dari jagung manis, santan, gula, dan bubuk coklat yang dimasak dengan agar-agar lalu dikemas dalam cup plastik. Ikan kering torani diproses dengan pembersihan, penggaraman, dan penjemuran sebelum dikemas vacuum. Bawang goreng diproduksi dari irisan bawang merah yang digoreng hingga renyah lalu dikemas dalam wadah kedap udara. Virgin Coconut Oil (VCO) diperoleh dari santan kelapa yang difermentasi hingga menghasilkan minyak jernih lalu dikemas dalam botol. Sementara itu, beras diproses melalui penjemuran padi, penggilingan, dan pembersihan sebelum dikemas dalam karung atau kemasan premium. Seluruh produk kemudian dipasarkan melalui pasar tradisional, toko oleh-oleh, koperasi, swalayan, serta media online.

Tahap Pelatihan

a. Pelatihan Proses Produksi

Pada Tahap pelaksanaan program ini terdapat 2 (tiga) kegiatan pelatihan antara lain yang pertama pelatihan proses produksi, yang kedua pelatihan Digital Marketing. Pada saat pelaksanaan kegiatan ini di laksanakan secara sistimatis mulai dari pelaksanaan program, aktifitas tiap program dan luaran tiap program yang di rencanakan dan mempersiapkan modul tiap kegiatan pelatihan. Untuk tahapan awal di mulai Beberapa keterampilan berhasil di transfer kepada mitra meliputi pelatihan pembuatan sambal tuna, dimsum tuna, abon tuna, ikan kering torani, puding jagung coklat, bawang goreng, VCO (Virgin Coconut Oil), beras, inovasi kemasan, pemasaran dan manajemen usaha. Peserta pelatihan yaitu Pelaku Usaha, agar termotivasi untuk mendirikan unit usaha mengolah ikan tuna menjadi sambal tuna, abon tuna, dimsum tuna, jagung menjadi puding jagung coklat, bawang menjadi bawang goreng, kelapa menjadi virgin coconut oil (VOC), ikan torani dan beras menjadi inovasi pada kemasan sehingga masyarakat dan pelaku usaha terbuka pikirannya untuk membuka peluang usaha.





Gambar 2 Pelatihan





Gambar.3 Produk Inovasi

b. Tahap Kedua Pelatihan *Digital Marketing*

Pada Tahap Ke Pelatihan Digital Marketing Memaparkan pentingnya pemasaran Digital dengan memberikan pelatihan terkait pemasaran Online menggunakan media facebook, IG, dan memberikan pelatihan dan pengetahuan bagaimana cara mengambil gambar, cara mengambil vidio, cara membuat konten yang baik agar bisa maksimal dalam hal promosi di samping itu kami membuat Brand Produk dengan harapan produk mitra bisa terkenal luas sehingga bisa menambah pendapatan. Pemasaran produk dapat dilakukan secara offline maupun online. Kelurahan Penanae memiliki peluang usaha yang bagus untuk dikembangkan. Sebagian besar produk dapat secara offline dipasarkan di pasar Amahami Kota bima. di pasarkan secara online dengan menggunakan berbagai jeni platform digital. Produk hasil kegiatan ini dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif produk unggulan makanan khas kelurahan penanae. sehingga kekhasan dari daerah ini perlu ditonjolkan.

Melalui Program pengabdian yang telah berjalan, Tim pengabdian membantu Usaha dan masyarakat dalam berbagai kegiatan Hasil pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha mitra minimal sebesar 85%, penerapan IPTEK sebesar 85 % dan terjadinya peningkatan pengetahuan dan *skill* sebesar 85%. Dari kegiatan yang terlaksana pengabdian menghasilkan luaran program sebagai berikut: Penambahan peralatan produksi, Penambahan ragam Inovasi Produk, Adanya *Platform* IG, *Face Book*, untuk penjualan produk dan Peningkatan Pendapatan Mitra.

c. Tahap Ketiga Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan Evaluasi dilakukan untuk memastikan kegiatan sudah dilaksanakan dengan baik dan berjalan lancar dan menunjukkan pelaku usaha dan masyarakat sangat antusias untu mempraktekkan ulang pembuatan berbagai jenis produk ini di rumahnya. Pelaku usaha dan masyarakat menyadari bahwa kegiatan ini akan meningkatkan ekonomi keluarga sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat

KESIMPULAN

Pelaku usaha dan masyarakat Desa Nipa menjadi paham dan terampil dalam mengolah berbagai produk berbasis potensi lokal, seperti abon tuna, dimsum tuna, sambal tuna, puding jagung coklat, ikan kering torami, bawang goreng, minyak kelapa (VCO), serta beras kemasan. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, mereka tidak hanya menguasai teknik pengolahan, tetapi juga memahami cara pemasaran, inovasi kemasan, dan manajemen usaha yang lebih terstruktur. Wawasan mengenai kewirausahaan masyarakat Desa Nipa pun meningkat, sehingga memotivasi pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang diversifikasi produk olahan hasil perikanan dan pertanian guna meningkatkan pendapatan dan membantu memperbaiki perekonomian keluarga. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan pelaku usaha di Desa Nipa, khususnya dalam memahami cara mengembangkan bisnis yang tepat berbasis sumber daya lokal, sehingga lebih mudah bagi mereka untuk memperluas dan memperkuat usahanya. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan dari berbagai pihak terkait, baik pemerintah daerah, akademisi, maupun lembaga pendukung lainnya, agar unit-unit usaha pengolahan hasil laut dan pertanian di Desa Nipa dapat berjalan secara mandiri, berkelanjutan, dan berkontribusi terhadap terwujudnya desa yang mandiri dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima yang sudah memberikan dukungan Penuh terhadap Pelaksanaan Kegiatan KKN Berdampak, dan kami ucapkan terimakasih kepada Camat Ambalawi, Kepala desa Nipa beserta Jajaran yang sudah memberikan Ruang untuk pelaksanaan kegiatan dan Ucaph Terimakasih kepada Mitra pengabdian masyarakat dan Masyarakat desa nipa sehingga dapat meningkatkan pendapatan

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhriyyah, D. D., Susanti, Y., & Laili, S. S. (2022). Pengembangan Inovasi Produk dan Penggunaan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Makanan. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 3(1), 9. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v3i1.13198>
- Komalasari, Y., Muharrom, M., Novel, K., & Sumbaryadi, A. (2024). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bersinergi Inovatif PEMANFAATAN TABEL DAN TABULASI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bersinergi Inovatif*. 2, 155–158.
- Kusmayadi, A., Sundari, R. S., Sumaryana, Y., Peternakan, J., Pertanian, F., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2021). *Inovasi Telur Asin Asap Pedas Sebagai Produk Diversifikasi Pangan Unggulan Desa Sukanagalih Kabupaten Tasikmalaya Innovation of Spicy Smoke Salted Eggs As a Leading Food Diversification Product in Sukanagalih Village, Tasikmalaya Regency*. 5(1), 285–290. <http://logista.fateta.unand.ac.id>
- Huda, Nurul, & Samsinirwani (2019) Pengembangan Jejaring Wirausaha Dalam Meningkatkan Kinerja Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bima. *Jurnal Distribusi Unram*, 251-260