Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)
E-ISSN 2746-8917 P-ISSN 2302-4798
http://dx.doi.org/10.37905/sibermas.v14i1.29260

Pemberdayaan UMKM Olahan Hasil Laut Sebagai Penguatan Ekonomi Masyarakat Lokal di Desa Tihu Kabupaten Bone Bolango

Nurnaningsih Nico Abdul[1], Asta Juliarman Hatta[2], Dara Fitriani[3], Rizal Mahanggi[4]
[1234]Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia
email: nurnaningsihabdul@ung.ac.id; astajuliarmanhatta@ung.ac.id;
darafitriani110394@ung.ac.id; rizalmahanggi2711@gmail.com

Abstract

Tihu Village located in the Bone Pantai Subdistrict of Bone Bolango Regency, Gorontalo Province, is one of the villages with abundant marine resources. However, the processing of these marine products remains limited and underdeveloped. Key challenges faced by the community include limited market access, lack of product diversification, and insufficient skills in seafood processing. The Community Service Program (KKN) of the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) initiative conducted by Universitas Negeri Gorontalo (UNG) aims to implement community empowerment programs that support local economic development based on the region's local wisdom and potential. Using a participatory approach that actively involves village residents at every stage, training and mentoring were provided to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tihu Village to improve their seafood processing capabilities, enabling them to compete in both local and interregional markets. Activities included training in food processing techniques, packaging methods, and marketing strategies for several processed products such as anchovy chili sauce, pickled fish, and stuffed mackerel cireng (fried tapioca snack). This program not only focused on skill enhancement but also fostered community self-reliance in managing local potential, thereby contributing not only to short-term economic impact but also laying a foundation for long-term economic sustainability.
Keywords: *Tihu Village; seafood; economic sustainability; community empowerment.*

Abstrak

Desa Tihu, Kecamatan Bone Pantai, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi hasil laut melimpah, namun olahan hasil lautnya masih terbatas dan belum dikembangkan secara optimal. Keterbatasan akses pasar, kurangnya diversifikasi produk, dan minimnya keterampilan pengolahan hasil laut menjadi kendala utama masyarakat. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dilaksanakan oleh UNG berusaha melahirkan program-program pemberdayaan masyarakat untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi daerah. Melalui metode pelaksanaan pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat desa secara aktif pada setiap tahap kegiatannya, diberikan pelatihan dan pendampingan kepada Usaha Mikro Kecil Menegah (UMKM) masyarakat desa Tihu agar dapat meningkatkan olahan hasil lautnya untuk dapat bersaing di pasar lokal maupun lintas wilayah. Kegiatan ini meliputi teknik pengolahan bahan, teknik pengemasan, hingga strategi pemasaran beberapa produk olahan seperti sambal ikan teri, acar ikan, dan cireng isi ikan

cakalang. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan, tetapi juga mendorong kemandirian masyarakat dalam mengelola potensi lokal sehingga tidak hanya memberikan dampak ekonomi jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi untuk keberlanjutan ekonomi masyarakat.
Kata Kunci: *Desa Tihu; hasil laut; keberlanjutan ekonomi; pemberdayaan masyarakat.*

© 2025 Universitas Negeri Gorontalo
Under the license CC BY-SA 4.0

Correspondence author: Nurnaningsih Nico Abdul, nurnaningsihabdul@ung.ac.id, Gorontalo, Indonesia

PENDAHULUAN

Desa Tihu yang terletak di Kecamatan Bone Bantai, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo memiliki potensi geografis sebagai wilayah pesisir dengan kekayaan hasil laut yang melimpah. Sumber daya ini mencakup berbagai jenis hasil laut seperti ikan, udang, dan rumput laut, yang berpotensi menjadi komoditas unggulan daerah. Namun pemanfaatan potensi ini masih terbatas sehingga belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat (Abdul et al, 2024). Kawasan yang juga masih terbuka untuk pengembangan wisata pantai ini dibuka pada tahun 2020 dan langsung mendapatkan banyak kunjungan wisatawan karena mempunyai daya tarik tersendiri (Erlansyah et al, 2021). Meskipun memiliki potensi yang besar, masyarakat Desa Tihu menghadapi berbagai kendala yang menghambat peningkatan kesejahteraan mereka. Kendala utama meliputi akses pasar yang terbatas, kurangnya diversifikasi produk berbasis hasil laut dan minimnya keterampilan dalam pengolahan hasil laut. Hal ini menyebabkan masyarakat sulit untuk meningkatkan pendapatan, sehingga tingkat kesejahteraan ekonomi tetap rendah.

Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menegah (UMKM) yang sebagaimana disebutkan dalam Sarfiah, Atmaja, dan Verawati (2019), perkembangan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja.

Strategi pengembangan ekonomi berkelanjutan di desa melalui pemberdayaan komunitas dan kemandirian ekonomi lokal dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat desa. Namun, dukungan dari pemerintah dan kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat sangat penting dalam mencapai tujuan tersebut. Tantangan dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan di desa harus diatasi melalui kolaborasi dan koordinasi yang baik antara pemerintah, swasta, dan masyarakat (Asnuryati, 2023).

Pendampingan pada UMKM diperlukan sebagai sarana peningkatan kapasitas bagi para pelaku UMKM terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat. (Ardiana, 2010). Selain itu untuk meningkatkan daya saing UMKM dan agar dapat menguasai pasar, maka UMKM perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat, baik informasi mengenai pasar produksi maupun pasar faktor produksi untuk memperluas jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2014).

Valentina et al (2024) menyatakan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, UMKM perlu memanfaatkannya untuk menjalankan usaha mereka. Banyaknya pesaing di pasar menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi dan memenangkan persaingan. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk meraih pangsa pasar yang dituju dan meningkatkan penjualan.

Di era digitalisasi yang sudah serba modern ini bukanlah suatu hal yang langka lagi, banyak kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan cara digitalisasi. Hal tersebut dikarenakan digitalisasi dirasa lebih efektif dan efesien dalam melakukan komunikasi pemasaran. Digitalisasi dapat mempermudah dan memperluas jangkauan dari pemasaran itu sendiri (Sulthan, 2017). Digitalisasi komunikasi pemasaran mempermudah pencarian informasi terkait perencanaan, pengambilan keputusan wisata, dan segala kebutuhan pembelinya,

Desa Tihu yang memiliki potensi kelautan yang masih terjaga, memiliki peluang besar untuk mengembangkan sektor pariwisata berbasis kearifan lokal. Potensi ini dapat dikolaborasikan dengan produk-produk olahan hasil laut dari UMKM setempat. Dengan mengintegrasikan sektor UMKM dan pariwisata, Desa Tihu dapat menciptakan identitas lokal yang unik sekaligus meningkatkan daya tarik wisata. Langkah ini diyakini mampu mendukung keberlanjutan ekonomi desa.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat Desa Tihu secara aktif dalam setiap tahap

kegiatan. Partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan memang mutlak diperlukan dan hampir tidak ada yang menyangkal terhadap pentingnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan karena pada akhirnya masyarakatlah yang akan menikmati hasil pembangunan tersebut (Muslim, 2007). Bentuk pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lapangan dan tinggal bersama masyarakat selama beberapa waktu untuk melihat secara langsung kenyataan yang ada di masyarakat (Tampubolon et al, 2006).

Tahap pertama dalam pendekatan partisipatif adalah identifikasi potensi dan permasalahan yang dilakukan melalui survei lapangan, wawancara dengan masyarakat, dan diskusi kelompok terfokus *(focus group discussion/FGD).* Proses ini bertujuan untuk memahami kondisi sosial-ekonomi, mengenali potensi hasil laut yang dapat diolah, serta mengidentifikasi kebutuhan pelatihan yang relevan. Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan teknis. Mahasiswa KKN memberikan pelatihan pengolahan hasil laut yang mencakup teknik pembuatan sambal ikan teri, acar ikan, dan cireng isi ikan cakalang. Selain itu, pelatihan ini juga melibatkan aspek pengemasan produk yang menarik dan higienis, serta strategi pemasaran berbasis media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pendampingan teknis dilakukan secara intensif dengan metode praktik langsung untuk memastikan masyarakat memahami dan mampu memproduksi produk kemudian memasarkannya secara mandiri melalui platform - platform media digital. Tahap ketiga adalah evaluasi dan keberlanjutan program dimana produk yang dihasilkan diuji kualitasnya melalui penilaian internal dan umpan balik dari konsumen awal. Evaluasi ini bertujuan

untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar pasar.

Mahasiswa juga membantu masyarakat dalam menyusun rencana bisnis sederhana dan menjalin koneksi dengan mitra potensial, seperti pelaku usaha lokal atau platform pemasaran daring. Dengan pendekatan yang berkelanjutan, diharapkan masyarakat mampu mengembangkan usaha secara mandiri, sekaligus menjaga pelestarian potensi dan nilai budaya lokal dalam setiap produk yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil survey kepada pelaku UMKM Desa Lopo maka ditemukan bahwa UMKM di Desa Lopo diklasifikasikan atas tiga jenis produk UMKM Desa Tihu yang dapat dikembangkan yakni sebagai berikut:

- UMKM produk Cireng Tihu Ala-ala (Cihua)
- UMKM produk Acar Ikan Tihu Ala-ala (Carita)
- UMKM Produk Sambal Ikan Teri (Belati)

Adapun tahapan yang dilakukan dalam program ini adalah: survey potensi hasil laut, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan teknis, dan evaluasi keberlanjutan program.

Gambar 1
Survey Potensi Hasil Laut

Gambar 2
Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Teknis

Gambar 3
Kegiatan Evaluasi dan Umpan Balik

Pembahasan

Pelestarian nilai-nilai budaya dan kearifan lokal dalam pengembangan produk dan promosi menjadi elemen penting karena tidak hanya menjadi landasan dalam proses inovasi produk tetapi juga menjadi daya tarik bagi konsumen yang menghargai budaya asli. Branding berbasis budaya lokal dapat memperkuat citra produk UMKM Desa Tihu di pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional serta diharapkan dapat menjadi model yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekonomi lokal pada masyarakat.

Program pemberdayaan UMKM hasil olahan ikan laut di Desa Tihu merupakan upaya strategis untuk memanfaatkan potensi lokal sebagai penggerak ekonomi masyarakat. Desa Tihu, yang terletak di wilayah pesisir Kabupaten Bone Bolango, memiliki hasil laut melimpah seperti ikan teri, cakalang, dan jenis ikan lainnya yang sebelumnya

hanya dimanfaatkan dalam bentuk mentah atau konsumsi sehari-hari. Program ini memberikan solusi konkret untuk meningkatkan nilai tambah hasil laut melalui pengolahan kreatif menjadi produk seperti sambal ikan teri, acar ikan, dan cireng isi ikan cakalang.

Pelaksanaan program dilakukan secara bertahap, dimulai dengan identifikasi potensi dan kebutuhan masyarakat. Survei lapangan menunjukkan bahwa meskipun masyarakat memiliki akses terhadap sumber daya hasil laut, keterbatasan keterampilan dan pengetahuan mengenai pengolahan menjadi kendala utama.

Pelatihan yang diberikan mahasiswa KKN MBKM berfokus pada teknik pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi yang berkualitas. Proses ini mencakup pemilihan bahan baku yang baik, teknik pengawetan alami, penggunaan bumbu lokal untuk meningkatkan cita rasa, hingga metode pengemasan yang higienis dan menarik, melalui langkah-langkah kerja sebagai berikut:

1. Pembuatan Produk

Program ini mendorong masyarakat untuk lebih mandiri dan inovatif dalam memanfaatkan sumber daya lokal. Dengan dukungan pelatihan dan pendampingan, masyarakat mampu mengembangkan produk baru yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Gambar 4
Proses Pembuatan Produk

2. Membuat logo kemasan produk dan desain poster

Kolaborasi dengan sektor pariwisata juga menjadi peluang strategis, dimana produk olahan ikan laut dapat dipromosikan sebagai bagian dari pengalaman wisata berbasis budaya lokal di Desa Tihu. Program ini tidak hanya meningkatkan perekonomian, tetapi juga memperkuat identitas lokal yang menjadi daya tarik desa sebagai destinasi wisata potensial. Kemasan logo produk sebagai identitas visual dan desain poster yang menarik akan turut menunjang penyampaian informasi dan promosi secara efektif.

Gambar 5
Logo dan Kemasan Cireng Isi Ikan Cakalang

Gambar 6
Logo dan Kemasan Produk Acar Ikan Laksa

Gambar 7
Logo Kemasan Produk Sambal Teri Kacang

Gambar 8
Desain Poster Promosi Produk

3. Pemasaran produk UMKM

Mempromosikan produk langsung kepada masyarakat desa Tihu juga ke sosial media dan menyebarkan ke beberapa tempat yang ada sehingga dampak dari pelaksanaan program akan dapat dirasakan oleh masyarakat dimana produk olahan seperti sambal ikan teri dan acar ikan kini menjadi komoditas baru yang dapat dijual, baik di tingkat lokal maupun melalui pemasaran daring.

Pendapatan masyarakat dari sektor UMKM ini bisa meningkat seiring dengan bertambahnya permintaan konsumen. Selain itu, program ini juga dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi anggota keluarga yang sebelumnya tidak memiliki penghasilan tetap.

Gambar 9
Pemasaran Produk UMKM

KESIMPULAN

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM hasil olahan ikan laut di Desa Tihu telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi peningkatan perekonomian masyarakat. Melalui pengolahan hasil laut menjadi produk bernilai tambah seperti sambal ikan teri, acar ikan, dan cireng isi ikan cakalang, masyarakat dapat memanfaatkan sumber daya lokal secara maksimal, yang sebelumnya terbatas pada konsumsi sehari-hari. Program ini berhasil menciptakan peluang baru bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis hasil laut, yang tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat kemandirian ekonomi rumah tangga.

Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, masyarakat Desa Tihu memperoleh keterampilan dalam pengolahan, pengemasan, dan pemasaran produk UMKM. Keterampilan ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga membuka akses pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun daring. Produk yang dihasilkan telah mendapatkan perhatian dari konsumen, sehingga menciptakan sumber pendapatan yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Selain itu, keberhasilan produk olahan ikan laut ini juga berdampak pada penciptaan lapangan kerja baru, yang berperan penting dalam mengurangi angka pengangguran di desa tersebut.

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal dapat menjadi solusi strategis dalam memperkuat perekonomian masyarakat desa. Selain meningkatkan kesejahteraan ekonomi, program ini juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal dan peningkatan identitas desa melalui produk yang dihasilkan. Kolaborasi antara UMKM dan sektor pariwisata juga

membuka peluang besar untuk mempromosikan produk sebagai bagian dari pengalaman wisata berbasis budaya, yang semakin memperkuat daya tarik Desa Tihu sebagai destinasi wisata yang potensial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kuliah Kerja Nyata ini dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata, yaitu:

1. Pimpinan Universitas Negeri Gorontalo melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat sebagai pelaksana KKN.
2. Pemerintah Kabupaten Bone Bolango, yang telah memberikan ijin kepada mahasiswa untuk melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di desa Tihu Kecamatan Bone Pantai.
3. Kepala Desa dan masyarakat desa Tihu yang telah memasilitasi tempat pelaksanaan KKN.
4. Segenap pihak yang telah membantu mahasiswa dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu.

REFERENCES

Abdul,N. N., Fitriani,D., Mahanggi,M. R., & Hatta,A. R. (2024). *Laporan KKN MBKM (Peningkatan Kemandirian Masyarakat Melalui Pengembangan Potensi Wisata yang Menjunjung Budaya Kearifan Lokal di Desa Tihu Kecamatan Bone Pantai Kabupaten Bone Bolango).* Gorontalo: LPPM UNG.

Ardiana. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.

Asnuryati. (2023). Strategi Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan di Desa: Mendorong Pemberdayaan Komunitas dan Kemandirian Ekonomi Lokal*. INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 3*(2).

Erlansyah, Antu,Y. R., & Anwar,R. (2021). Tihu beach tourism development strategy in Bone Bolango District. *Tomini Journal of Aquatic Science, 2*(2), 61–67.

Muslim, A. (2007). Pendekatan Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Aplikasia, 8*(2), 89-103.

Sarfiah,S. N., Atmaja,H. E., & Verawati,D. M. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2).

Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti,R.R. (2014). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. *Perpustakaan Departemen Keuangan.*

Sulthan, M. (2017). Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Purbalingga (Studi Pada Analisis Komunikasi Pariwisata Berbasis Digital*). Prosiding Seminar dan Call For Paper 20-21 Oktober 2017, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.*

Tampubolon, J., Sugihen,B.G., Slamet,M., Susanto,Dj., & Sumardjo. (2006). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENDEKATAN KELOMPOK. *Jurnal Penyuluhan, 2*(2).

Valentina,A., Suryaningsih, Pangestoeti,W., Yahya,G.Y., & Rolisti,D. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dalam Rangka Penguatan Kapasitas UMKM Desa Ekang Anculai. *Journal of Community Servicee, 1*(1).