

Strategies to Enhance the Competitiveness of Salted Fish MSMEs in RT 28 Manggar Baru, Balikpapan Timur through Product Digitalization and Marketing Assistance Integration

Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Ikan Asin di RT 28 Manggar Baru, Balikpapan Timur melalui Integrasi Digitalisasi Produk dan Pendampingan Pemasaran

Alamsyah^{1*}, Galluh Tiara Al Husna², Afrila Zahra Prasetyo³, Vera Apriliani⁴, Inne Anggi Farma Pasaribu⁴, Kevin Aditya Agusto Awang³, Frisa Shafiiyah Amin⁵, Aulia Ulfah⁶, Syifa Annisa Maulida⁷, Dimas Dwi Andika Putra⁶, Yosephin Satria Utami¹¹

¹ Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

² Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

³ Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia

⁴ Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia

⁵ Program Studi S1 Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia

⁶ Program Studi S1, Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia

⁷ Program Studi S1 Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia

⁸ Program Studi S1, Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

* Alamat Koresponding. E-mail: alamsyah@unmul.ac.id (N.S.); Tel. +62-813-2897-5508

ABSTRACT: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing salted fish in coastal areas, particularly those located in the Manggar Baru subdistrict, face challenges and limitations in marketing their products because they still rely on collectors and buyers who come directly to their homes. As a result, the potential for business development has not been fully realized. This Community Service Program (KKN) aims to introduce digital marketing and provide training in promotional design for MSME operators, enabling them to enhance product attractiveness and expand their market reach. The program employs the Participatory Action Research (PAR) and Asset-Based Community Development (ABCD) approaches as its service methods. The community actively participated in the problem identification process through interviews and discussions, followed by awareness sessions on the importance of digital marketing and training in creating product designs suitable for social media. The results of the program indicate an increased understanding of digitalization among MSME operators, as well as basic skills in creating simple, attractive, and relevant promotional designs for their products. Through this activity, it is expected that MSMEs will become more independent in marketing their products and sustainably improve their business competitiveness.

KEYWORDS: MSME Salted Fish; Salted Fish Products; Digitalization 3; Marketing Assistance 4; Improving Competitiveness.

ABSTRAK: Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ikan asin di wilayah pesisir, khususnya UMKM yang berada di daerah kelurahan Manggar Baru menghadapi kendala dan keterbatasan dalam memasarkan produk karena masih bergantung pada pengepul dan pembeli yang datang langsung ke rumah. Hal ini menyebabkan potensi pengembangan usaha belum optimal. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan digitalisasi pemasaran serta memberikan pelatihan pembuatan desain promosi kepada pelaku UMKM agar mampu meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Metode pengabdian menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Masyarakat terlibat aktif dalam proses identifikasi masalah melalui wawancara dan diskusi, kemudian diberikan sosialisasi tentang pentingnya pemasaran digital dan dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan desain produk yang dapat digunakan dalam media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman pelaku UMKM terhadap digitalisasi, serta kemampuan dasar dalam membuat desain promosi

Cara mensponsori artikel ini: Alamsyah, Al Husna GT, Prasetyo AZ, Pasaribu IAF, Awang KAA, Amin FS, Ulfah A, Maulida SA, Putra DDA, Utami YS. Strategies to Enhance the Competitiveness of Salted Fish MSMEs in RT 28 Manggar Baru, Balikpapan Timur through Product Digitalization and Marketing Assistance Integration. DESAMU Pros Disem KKN UNMUL. 2025; 1: 49-55.

sederhana yang menarik dan relevan dengan produk mereka. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM dapat lebih mandiri dalam memasarkan produk serta mampu meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan dengan berbasis digital.

Kata Kunci: UMKM Ikan Asin; Produk Ikan Asin; Digitalisasi; Pendampingan Pemasaran; Meningkatkan Daya Saing.

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk perwujudan pengabdian masyarakat melalui berbagai kegiatan yang diadakan dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat. KKN diselenggarakan selaras dengan nilai-nilai Tri Dharma Perguruan Tinggi, sebagai pedoman dalam melaksanakan kewajiban dalam pengajaran, penelitian, dan pengabdian. KKN dilaksanakan dengan berbagai bentuk kegiatan, meliputi sosialisasi, pengarahan, kegiatan belajar-mengajar, dan pelatihan, yang diadakan dengan tujuan untuk meningkatkan keilmuan dan keterampilan masyarakat secara umum. Melalui kegiatan pengabdian ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk dapat mengimplementasikan keilmuannya selama masa perkuliahan untuk dapat dipraktekkan secara langsung dalam kegiatan bermasyarakat. Sehingga, mahasiswa dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam melalui proses mengobservasi, mengkaji dan mengevaluasi berbagai fenomena permasalahan yang dihadapi di masyarakat (Anggia dkk., 2025).

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, masyarakat merupakan objek utama yang menjadi sasaran berbagai kegiatan yang dilaksanakan (Susanti dkk., 2024). Sehingga, penting bagi mahasiswa untuk dapat berperan aktif dalam proses mengobservasi permasalahan nyata yang ada dalam masyarakat dan merancang program kerja yang relevan untuk menjadi solusi yang dapat meminimalisir dan menghilangkan permasalahan yang ada. Proses Kuliah Kerja Nyata dilaksanakan tidak hanya untuk mengembangkan keahlian dalam pemilihan solusi permasalahan, namun juga sebagai bentuk nyata dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapatkan selama bangku perkuliahan. Secara umum, pelaksanaan KKN diadakan untuk dapat melakukan pengamalan dan penerapan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan untuk dapat memajukan kesejahteraan masyarakat dengan membawa nilai-nilai inovatif. Selaras dengan hal tersebut, bagi mahasiswa sendiri, melalui kegiatan ini dapat meningkatkan keilmuan pada bidang sosial, ekonomi, politik melalui berbagai kegiatan yang bersentuhan langsung dengan pemerintahan setempat dan masyarakat secara umum. Adapun, secara khusus, KKN dilakukan dengan tujuan untuk dapat meningkatkan profesionalitas dalam pekerjaan dimasa yang akan mendatang dengan mempelajari proses penyelesaian masalah dan berpikir kritis, kreatif serta inovatif (Laia, 2022).

Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini diadakan di Kelurahan Manggar Baru, Kecamatan Balikpapan Timur. Lokasi KKN ini terletak di wilayah pesisir Balikpapan, yang secara geografis berada dalam kawasan yang memiliki potensi sumber daya laut yang melimpah. Manggar Baru memiliki luas wilayah sebesar 3,836 km², dengan pembagian menjadi empat wilayah, yaitu area Trans sebagai wilayah pertanian, area BTN, area Tanjung Kelor, dan area TPI sebagai wilayah pesisir. Wilayah Manggar Baru yang berada dalam kawasan tepi laut secara tidak langsung mendukung adanya kegiatan penghimpunan, pengelolaan, dan pendistribusian ikan, serta menjadi lahan subur untuk mengembangkan berbagai produk hasil laut secara berkelanjutan.

Secara aspek sosial dan ekonomi, masyarakat wilayah Manggar Baru telah menjadikan sektor laut sebagai salah satu mata pencarian utama warganya secara keseluruhan. Sehingga, sangat mudah menemukan usaha pengembangan produksi dari hasil laut, salah satunya adalah pembuatan ikan asin. Tingginya kebutuhan dan permintaan akan produk yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang relatif lama, menjadikan usaha ikan asin ini tumbuh subur dalam kawasan Manggar Baru dan menjadi salah satu sumber penghasilan utama masyarakat lokal. Salah satu tempat yang memproduksi ikan asin dari wilayah Manggar Baru adalah RT 28. Proses pembuatan ikan asin, dilakukan dengan meliputi tahap pemilihan ikan yang akan dijadikan produk ikan asin, pemotongan bahan baku, penggaraman, pengeringan, hingga pendistribusian ke pasar lokal yang berada di wilayah Manggar baru.

Namun, dibalik pengelolaan ikan asin di RT 28 Manggar Baru yang menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat lokal, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM ikan asin. Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ikan asin dihadapkan pada berbagai permasalahan dalam pengembangan produknya. Mulai dari aspek pengembangan pemasaran produk, pendistribusian yang masih berada dalam lingkup pasar lokal, dan minimnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk. Tidak hanya itu, pelaku UMKM ikan asin juga dihadapkan pada permasalahan fluktuasi pasar, keterbatasan modal usaha, dan keterlambatan pengiriman produk oleh pengepul yang dapat berdampak signifikan terhadap harga dan kualitas ikan yang dijual. Kondisi ini menjadikan pendapatan yang didapatkan pelaku UMKM ikan asin menurun drastis dan berimbas pada permasalahan sosial dalam rumah tangga hingga masyarakat akibat ketidakstabilan ekonomi yang terjadi.

Untuk menangani problematika tersebut, Kuliah Kerja Nyata yang diadakan dengan pengarahan terhadap strategi daya saing melalui pengembangan media sosial terhadap UMKM pengolahan ikan asin menjadi solusi

alternatif yang dapat menjawab permasalahan yang ada. Melalui pendekatan digitalisasi, pelaku UMKM ikan asin dapat menjangkau pasar yang lebih variatif dan meningkatkan *brand awareness* produk ikan asin RT 28 Manggar Baru. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat mengurangi ketergantungan pada distribusi oleh pengepul dan pasar lokal yang bersifat musiman.

Pelaksanaan pengarahan ini menggunakan metode pelatihan teknis mengenai manajemen produk secara digital, membuat poster visual, pemanfaatan media sosial untuk tempat pemasaran dan promosi. Pemilihan program kerja KKN dalam bentuk sosialisasi digitalisasi UMKM dinilai perlu untuk dapat menjadi solusi dan strategi adaptif untuk menekan kerugian akibat fluktuasi permintaan pasar. Pemanfaatan media sosial, dapat membuka kesempatan pasar baru yang berada diluar wilayah pasar lokal. Penggunaan media sosial, tidak hanya digunakan sebagai media pendistribusian produk, namun juga dapat mendorong adanya pengemasan produk yang lebih modern sehingga dapat meningkatkan daya saing, tidak hanya terhadap produk lokal, namun juga pada produk domestik lainnya (Irchamsyah, dkk., 2025). Pada tahap pendampingan, pelaku UMKM juga diperkenalkan pada teknik pengendalian stok agar produksi dapat menyesuaikan dengan tren permintaan, sehingga mengurangi risiko kerugian akibat penumpukan stok produk.

Melalui pengadaan program kerja ini, diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pengetahuan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ikan asin dalam memanfaatkan teknologi digital. Sehingga dapat menjangkau pemasaran produk yang lebih luas, mendapatkan pendapatan yang stabil, memiliki daya saing, serta dapat meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian daerah maupun nasional secara berkelanjutan.

2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) dan Asset-Based Community Development (ABCD). Pemilihan kedua pendekatan tersebut didasarkan pada karakteristiknya yang mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, serta mengoptimalkan pemanfaatan aset atau potensi yang telah dimiliki masyarakat itu sendiri.

Participatory Action Research (PAR) merupakan metode penelitian yang melibatkan semua pihak secara langsung dalam seluruh tahapan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Kemmis dan McTaggart, 2005). PAR memungkinkan adanya kerjasama yang erat antara para peneliti akademis dengan komunitas lokal dalam mengidentifikasi masalah, merencanakan tindakan bersama, melaksanakan kegiatan, dan mengevaluasi dampak dari kegiatan pengabdian tersebut (Afandi dkk., 2022). Dalam metodologi kerja PAR, terdapat tiga variabel utama, yaitu partisipasi, riset, dan aksi (Afandi dkk., 2022).

Pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) merupakan metode pemberdayaan berkelanjutan yang dilandaskan pada aset, kekuatan, dan potensi masyarakat. Pendekatan ini memanfaatkan sumber daya, keterampilan, dan pengalaman masyarakat sebagai pijakan utama untuk meningkatkan kualitas hidup dalam berbagai aspek. Metode ABCD didasarkan pada prinsip bahwa pengakuan berdasarkan potensi, kekuatan, bakat, dan aset individu, serta aset masyarakat umum, dapat menginspirasi perubahan positif dengan berfokus pada kebutuhan dan masalah (Setyawan, WH, dkk., 2022).

Berdasarkan dua metode tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kemudian diimplementasikan melalui beberapa tahapan pelaksanaan yang telah dirancang secara sistematis, agar sesuai dengan kebutuhan dan potensi UMKM ikan asin di Kelurahan Manggar Baru. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap observasi, berupa pengamatan langsung terhadap kondisi lapangan. Observasi dilakukan di beberapa daerah UMKM di Kelurahan Manggar Baru, khususnya di wilayah RT 28 yang merupakan pusat aktivitas UMKM ikan asin. Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk memetakan potensi, sekaligus permasalahan utama yang dihadapi para pelaku usaha, seperti keterbatasan strategi pemasaran, distribusi, serta pemanfaatan teknologi digital.

Tahap selanjutnya adalah tahap wawancara. Tahap wawancara ini dilakukan secara langsung dengan para pelaku UMKM ikan asin di wilayah RT 28. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha, seperti kendala permodalan, keterbatasan akses pasar, kesulitan dalam pengemasan produk, hingga rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, wawancara juga menjadi sarana untuk mengetahui harapan, kebutuhan, serta ide-ide dari pelaku usaha sendiri, sehingga program yang dirancang dapat lebih sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat, khususnya para pelaku UMKM ikan asin di wilayah RT 28 Kelurahan Manggar Baru. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi mengenai penerapan dan manfaat digitalisasi untuk UMKM, guna meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengikuti perkembangan teknologi digitalisasi. Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan sesi pelatihan pembuatan desain untuk pengembangan bisnis UMKM menggunakan aplikasi atau *website* Canva, dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik pemasaran digital, sekaligus mendorong terbentuknya UMKM yang mandiri dan kreatif.

Setelah tahap pelaksanaan, program dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan dalam bidang pemasaran, khususnya terkait pemanfaatan dan tata cara menggunakan media sosial. Pendampingan ini dilakukan berdasarkan pada temuan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai bagaimana pemasaran serta penjualan dengan memanfaatkan media sosial. Oleh karena itu, UMKM ikan asin di wilayah RT 28 Kelurahan Manggar Baru diberikan bimbingan secara bertahap, meliputi pembuatan desain produk, pengelolaan akun, hingga penerapan strategi promosi melalui media sosial. Dengan pendampingan ini, produk yang dihasilkan dapat dipublikasikan dan dipasarkan secara lebih efektif melalui akun yang sudah tersedia, sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu program kerja yang dilakukan pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok 04 Manggar Baru, berfokus pada pengarahan peningkatan daya saing dan pemasaran UMKM ikan asin yang dilaksanakan di RT 28, Manggar Baru, Balikpapan Timur. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan memperkuat pemahaman terkait pentingnya penggunaan teknologi dalam pemasaran digital, melalui media sosial sebagai platform untuk melakukan kegiatan transaksi dan pemasaran produk (Yani dkk., 2024). Program kerja ini dilakukan berdasarkan hasil perencanaan dan hasil identifikasi permasalahan yang ada di wilayah Manggar Baru, melalui kegiatan wawancara dan observasi yang dilaksanakan secara langsung.

Berdasarkan hasil kegiatan wawancara dan observasi tersebut, diketahui bahwasannya wilayah pesisir Manggar Baru menjadi salah satu lokasi vital pendistribusian dan pengolahan hasil tangkapan nelayan yang berupa ikan segar. Salah satu bisnis yang bergerak pada pengolahan hasil tangkapan nelayan adalah pembuatan ikan asin.



Gambar 1. Tahap Observasi Pengelolaan Bahan Baku Ikan Asin

Perkembangan UMKM ikan asin menjadi salah satu mata pencaharian utama bagi sebagian masyarakat RT 28 Balikpapan Timur. Melalui, hasil pengamatan langsung, didapatkan informasi bahwasanya produksi ikan asin RT 28 masih dijalankan dalam skala rumahan dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas. Pengolahan bahan baku masih dilakukan secara manual mulai dari pembersihan, pemotongan, perendaman dengan garam kasar, hingga penjemuran dengan mengandalkan sinar matahari. Pada tahap ini, juga diketahui proses pemasaran ikan asin masih sangat mengandalkan transaksi penjualan di pasar tradisional wilayah Manggar Baru, dan penjualan langsung di rumah produksi. Para pelaku UMKM ikan asin masih sangat minim akan informasi mengenai pemakaian media sosial, sebagai salah satu solusi alternatif dalam pemasaran ikan asin (Suteja dkk., 2025). Sehingga, terdapat potensi yang dapat dikembangkan, melalui pengarahan dan pendampingan penggunaan media sosial sebagai media strategis untuk meningkatkan daya saing dan pemaksimalan penjualan ikan asin RT 28 Manggar Baru secara lebih masif (Juanita dkk., 2024).

Selaras dengan informasi yang didapatkan pada saat observasi langsung, dalam tahap wawancara diketahui bahwasanya UMKM yang bergerak pada bidang penjualan ikan asin wilayah RT 28 Manggar Baru masih bersifat sangat konvensional, baik dalam menghimpun hasil tangkapan, pengolahan, hingga pemasaran produk. Pelaku UMKM ikan asin, dihadapkan pada berbagai tantangan dalam mengembangkan usaha pemasaran produk. Hambatan produksi yang dialami pelaku UMKM ikan asin meliputi: 1) pengolahan ikan asin masih sangat bergantung pada musim dan hasil tangkapan laut oleh para nelayan, sehingga seringkali mengalami ketidakstabilan volume penjualan pada saat tahap produksi produk; 2) permintaan pasar yang secara fluktuasi seringkali tidak menentu dan bersifat musiman. Hal ini kemudian sangat berpengaruh terhadap harga produk ikan asin yang beredar di pasaran, karena berkaitan dengan kuantitas ikan yang didapatkan oleh para nelayan; 3) preferensi konsumen yang beragam. Pada rentang waktu tertentu, daya serap pasar dapat meningkat secara signifikan, sementara pada rentang waktu yang lain dapat terjadi penurunan permintaan secara drastis pula, sehingga menimbulkan ketidakpastian *income* oleh para UMKM ikan asin; 4) fluktuasi penjualan semakin diperburuk oleh permasalahan dengan dari pihak pengepul ikan asin, yang seringkali terlambat dalam melakukan

pengambilan, distribusi produk dan pembayaran produk; 5) pihak UMKM ikan asin masih sangat bergantung pada pasar konvensional dengan permintaan produk yang masih bersifat tidak menentu. Sehingga berdampak pada pihak UMKM ikan asin yang berulang kali mengalami kerugian akibat produk yang sudah tidak layak jual, maupun produk yang dijual dengan harga yang turun drastis; 6) modal usaha yang terbatas, sehingga sulit melakukan inovasi terhadap pemasaran produk ikan asin; 7) pengelolaan ikan asin yang masih terbatas, sehingga sulit memproduksi bahan baku apabila terdapat lonjakan permintaan pasar; 8) terdapat persaingan harga dengan pelaku UMKM ikan asin lainnya; dan 9) minimnya informasi pelaku UMKM ikan asin mengenai penggunaan media sosial untuk melakukan pemasaran produk ikan asin secara online.



Gambar 2. Tahap Wawancara Pengelolaan Bahan Baku Ikan Asin

Pada tahap wawancara, dilakukan pula dengan pendekatan *Asset-Based Community Development*, yang dilakukan dengan berlandaskan pada aspek kekuatan, bakat, aset individu, aset masyarakat umum dan potensi yang ada di wilayah tersebut. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, didapatkan informasi mengenai segi elemen kekuatan dan bakat RT 28 Manggar Baru, yaitu pada keterampilan dan pengalaman masyarakat, khususnya pelaku UMKM dalam pembuatan ikan asin yang sesuai dengan permintaan pasar, mulai dari proses pembersihan, bentuk pemotongan ikan, waktu lama penjemuran, hingga jangka waktu layak dijual dan dikonsumsi. Selanjutnya, dari elemen aset individu, yaitu aspek yang berfokus pada kepemilikan modal pelaku UMKM itu sendiri, berupa aset alat produksi yang digunakan untuk pengolahan bahan baku ikan asin, hingga jaringan distribusi produk. Pendekatan ini juga melihat dari perspektif elemen aset secara umum yang dimiliki oleh masyarakat RT 28 Manggar Baru, berupa kondisi geografis yang berada di wilayah pesisir dan menjadi salah satu lokasi vital pendistribusian hasil tangkapan nelayan. Sehingga, kegiatan penjualan dan pengelolaan hasil laut, dapat segera diolah dengan berbagai cara, salah satunya dengan dijadikan produk ikan asin. Secara umum, produksi RT 28 Manggar Baru saat ini masih terbatas pada konsumen lokal dan belum secara masif menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui hasil wawancara tersebut, didapatkan celah antara kesenjangan potensi pemasaran secara digital dan keterbatasan pelaku UMKM ikan asin terhadap literasi digital. Sehingga, dinilai perlu untuk adanya pengarahan yang lebih intensif terhadap pelaku UMKM ikan asin RT 28 Manggar Baru dalam pengembangan pemasaran melalui media sosial.



Gambar 3. Tahap Pelaksanaan Penerapan Digitalisasi Untuk UMKM

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan secara kolektif dengan mengumpulkan para pelaku UMKM ikan asin, untuk diberikan materi mengenai penggunaan media sosial, khususnya platform Facebook, yang dinilai lebih dekat dengan pelaku UMKM (Reswari dkk., 2025). Pelaksanaan kegiatan ini berjalan dengan lancar dan mendapatkan respon yang sangat baik, melalui partisipasi aktif pelaku UMKM pada pembuatan akun Facebook dan desain poster promosi. Kegiatan ini dilakukan dengan metode penyampaian tatap muka dengan audiens terbatas, sehingga memungkinkan interaksi yang lebih intensif dengan pelaku UMKM ikan asin. Pada proses penyampaian materi, *peneliti* tidak hanya berfokus pada pembuatan akun media sosial, namun juga pada proses mengunggah postingan, merubah, menghapus, hingga pembuatan poster promosi yang sesuai dengan preferensi masing-masing pelaku UMKM. Pelatihan pembuatan poster dilakukan sebagai media diferensiasi promosi produk pelaku UMKM ikan asin RT 28 dengan jenis produk yang serupa (Setyawan dkk., 2022). Penyampaian dilakukan

dengan komunikasi dan bahasa sederhana yang mudah dipahami, sehingga informasi yang diterima audiens dapat dipraktekkan langsung guna mendukung kemandirian pelaku UMKM ikan asin tersebut (Lesmanah dkk., 2023). Disisi lain, meskipun penyampaian sosialisasi berjalan baik, terdapat tantangan yang dihadapi dalam penyampaian pengarahan. Salah satunya, yaitu pelaku UMKM yang tidak intensif dalam penggunaan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari, sehingga pemberian materi yang berlebihan dan intens dalam waktu singkat dikhawatirkan tidak dapat ditangkap dengan baik oleh audiens. Meskipun begitu, tahap sosialisasi penyampaian arahan pembuatan media sosial, memiliki potensi keberlanjutan dalam pengembangan pemasaran dalam ranah digital kedepannya. Hal ini dibuktikan dengan komitmen pendampingan dan monitoring oleh KKN Kelompok 04 Manggar Baru.

Setelah kegiatan dilaksanakan, terdapat peningkatan pemahaman di antara pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dan bagaimana hal tersebut dapat memperluas jangkauan pemasaran. Mereka menyadari bahwa pemasaran produk tidak hanya terbatas pada pasar tradisional atau pembeli yang datang langsung ke rumah. Selain itu para pelaku UMKM di RT 28 Manggar Baru kini memiliki kemampuan dasar dalam membuat desain promosi dan dapat mempromosikan produk ikan asin secara mandiri dan efektif di media sosial.



Gambar 4. Hasil Poster Promosi Penjualan UMKM Ikan Asin dari Tahap Pendampingan

Berdasarkan temuan pada tahap pelaksanaan kegiatan tersebut, diketahui bahwa sebagian pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai bagaimana pemasaran serta penjualan dengan memanfaatkan media sosial, sehingga diperlukan tindak lanjut berupa proses bimbingan lanjutan. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam membuat konten dan poster promosi, mengelola akun media sosial, serta menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif. Dengan kemampuan tersebut, diharapkan pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Tahap pendampingan kemudian dilaksanakan secara offline dengan cara mendatangi rumah para pelaku UMKM ikan asin dan *online* melalui grup WhatsApp agar lebih fleksibel dan mampu menjangkau para pelaku UMKM meskipun terdapat keterbatasan waktu maupun jarak. Pendampingan diberikan secara bertahap, mulai dari pembuatan desain produk, pengelolaan akun, hingga penerapan strategi promosi melalui media sosial. Selain itu, pendampingan dilakukan dengan metode interaktif, dimana para pelaku UMKM dapat memperoleh arahan, saran, maupun evaluasi terkait konten promosi yang telah mereka buat. Setelah mengikuti pendampingan, beberapa pelaku UMKM ikan asin di RT 28 Manggar Baru kini mampu membuat konten dan poster promosi secara mandiri. Mereka dapat merancang desain menarik serta menyesuaikan visual dengan target pasar, sehingga produk mereka dapat dipromosikan secara konsisten melalui media sosial dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas dan berkelanjutan.

Dengan demikian, tahap pendampingan ini dilakukan tidak hanya untuk memastikan pemahaman para pelaku UMKM terhadap materi yang diberikan, tetapi juga menjadi bentuk komitmen KKN Kelompok 04 Manggar Baru dalam memberikan dukungan nyata melalui bimbingan dan monitoring secara berkesinambungan. Pendampingan ini diharapkan mampu mendorong keberlanjutan pengembangan pemasaran digital bagi para pelaku UMKM ikan asin di wilayah RT 28 Manggar Baru.

4. KESIMPULAN

Program Pelatihan Desain Katalog dan Pendampingan Promosi UMKM Ikan Asin di RT 28 Kelurahan Manggar Baru yang dilaksanakan oleh Kelompok KKN 04 berhasil memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM yang sebelumnya terbatas dalam memasarkan produk, karena sangat bergantung pada pengepul maupun pembeli langsung. Program ini selaras dengan prinsip Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dan *Asset-Based Community Development* (ABCD), sehingga tidak hanya menyelesaikan masalah, tetapi juga mengoptimalkan potensi dan sumber daya yang dimiliki masyarakat. Melalui sosialisasi pemasaran digital, diskusi identifikasi masalah, serta pelatihan dan pendampingan pembuatan desain promosi,

para pelaku UMKM ikan asin memperoleh pemahaman baru mengenai strategi pemasaran modern dan keterampilan praktis membuat konten promosi sederhana, menarik, dan relevan. Mereka kini dapat memanfaatkan media sosial, seperti Facebook, untuk memasarkan produk secara lebih mandiri. Dengan kemampuan baru ini, para pelaku UMKM diharapkan mampu memperluas jaringan usaha, meningkatkan daya saing secara berkelanjutan, mendorong pengembangan keterampilan digital secara terus-menerus, serta berinovasi dalam pengelolaan usaha. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi UMKM secara langsung, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan terciptanya lingkungan usaha yang lebih mandiri, kreatif, dan berdaya saing tinggi.

Ucapan Terima Kasih: Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mulawarman atas kesempatan dan dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler di Kelurahan Manggar Baru, Kecamatan Balikpapan Timur. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada lurah, seluruh perangkat kelurahan, serta warga Kelurahan Manggar Baru yang telah menyambut dan mendukung kegiatan ini dengan hangat. Terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing lapangan atas arahan dan bimbingan yang terus diberikan dan kepada seluruh mahasiswa peserta KKN Reguler Kelurahan Manggar Baru yang telah bekerja sama dengan baik, sehingga rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan lancar dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Kontribusi Penulis: **Konsep, Metodologi, dan Review** – Alamsyah, Galuh Tiara Al Husna, Afrila Zahra Prasetyo; **Desain-Aulia Ulfah; Supervisi** – Galuh Tiara Al Husna.; **Bahan** – Vera Apriliani, Inne Anggi Farma Pasaribu,; **Koleksi Data dan/atau Proses** Kevin Aditya Agusto Awang, ; **Analisis dan/atau Interpretasi** – Kevin Aditya Agusto Awang; **Pencarian Pustaka** – Dimas Dwi Andika Putra; **Penulisan** –, Frisa Shafiyah Amin., , **Ulasan Kritis**– Yosephin Satria Utami.

Sumber Pendanaan: –

Konflik Kepentingan: Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

REFERENSI

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, J., Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdyianah, N., Wahid, M., & Wahyudi, J. (2022). Metodologi Pengabdian Masyarakat. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Kementerian Agama RI.
- Anggia, T., Candrayani, R., Maulana, I., muhammad Rizky, A., & Tajiri, H. (2025). KKN SISDAMAS: Pendampingan Program Digitalisasi Branding UMKM Opak Singkong Lokal Danantya. Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 6(1), 1-15.
- Bakhtiar, A., Kamil, M., Fauzan, A., Mahdoni, H. R., & Shodiq, W. M. (2023). Pendampingan Digital Marketing Usaha Ikan Asin Pada Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklahsar) Mina Bahari Banyuwangi. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 7(02).
- Irchamsyah, M. A., Fauzan, M., Syamsi, L. N., & Fauzan, F. H. (2024). Optimalisasi Peran KKN dalam Digitalisasi dan Penguatan UMKM di Desa Pasirlangu. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(1), 1-13.
- Juanita, J., Mulia, D. S., Wibowo, H., & Eka, K. I. (2024). Pendampingan Digital Marketing Produk Perikanan untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Teknik dan Sains (JPTS)*, 4(2), 9-15.
- Laia, B. (2022). Sosialisasi dampak kegiatan kuliah kerja nyata di desa (studi: Desa Sirofi). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 74-84.
- Lesmanah, U., Melfazen, O., & Yazirin, C. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM ikan asin. *Indonesian Community Journal*, 3(4), 1719-1725.
- Reswari, A., Hidayah, R., & Yanto, H. (2025). Optimalisasi Pemasaran Multi-Platform sebagai Strategi Pengembangan UMKM. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera*, 2(08).
- Setyawan, WH, Rahayu, B., Muafiqie, H., Ratnaningtyas, M., & Nurhidayah, R. (2022). Pengembangan Komunitas Berbasis Aset (ABCD). *Angewandte Chemie Edisi Internasional*, 6(11), 951-952.
- Suteja, I. W., Khotimah, H., & Utami, L. (2025). Penguatan Strategi Pemasaran Produk Hasil Olahan Ikan Laut Bagi Pelaku UMKM Di Desa Tanjung Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(2), 322-330.
- Susanti, R., Faye, D. A. P., Putri, N. D., Agustin, M., Maftukhah, N. Z., Sari, I. P., ... & Utama, R. N. (2024). Optimalisasi Potensi Lokal Dan Digitalisasi UMKM Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Journal of Human and Education*, 4(5), 600-611.
- Syardiansah, S. (2019). Peranan kuliah kerja nyata sebagai bagian dari pengembangan kompetensi mahasiswa: Studi kasus mahasiswa Universitas Samudra KKN Tahun 2017. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 7(1), 57-68.
- Yani, A. S., Lukiyana, L., & Fauzi, Y. (2024). Strategi Peningkatan Usaha Ikan Asin Melalui Pelatihan Digital Marketing di Pengasinan Muara Angke. *Jurnal Pemberdayaan Nusantara*, 4(1), 19-24.

This is an open access article which is publicly available on our journal's website under Institutional Repository at

<https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/pdkum/index>