Copyright © 2026 pada penulis
***Madaniya*, Vol. 7, No. 4, November 2026**

Pelatihan Pengolahan, Packaging, dan *Digital Branding* Ikan Kembung bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga Penjual Ikan di Toisapu

Dessy Gloria Palyama [1]*, Pieter Leunupun [2], Marthevienty H.T. Soumokil [3]

[1–3] Universitas Kristen Indonesia Maluku

* dessypalijama70@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Toisapu, Kota Ambon Provinsi Maluku. Kelompok Fish merupakan kelompok ekonomi non-produktif yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling. Berdasarkan hasil diskusi dan analisis situasi, maka tim dan mitra sepakat mengangkat beberapa permasalahan yang dijadikan permasalahan prioritas, yaitu: (1) kurangnya pemahaman mitra mengenai pengolahan ikan mentah menjadi produk olahan seperti stik ikan kembung; dan (2) kurangnya pemahaman mitra terhadap pemanfaatan teknologi *packaging* (kemasan). Solusi kegiatan pengabdian ini adalah membantu kelompok usaha dalam memahami penggunaan pembuatan *digital branding* menggunakan aplikasi Canva sebagai alat desain logo kemasan produk stik ikan kambung dengan disediakan *barcode* lokasi.

Kata Kunci: *packaging, digital branding, ikan kembung, Desa Toisapu*

Pendahuluan

Pemberdayaan perempuan menjadi isu penting untuk meningkatkan nilai ekonomi keluarga. Pemberdayaan pada ibu-ibu rumah tangga menjadi langkah edukatif dalam meningkatkan ketahanan keluarga untuk mengatur ekonomi keluarga serta kreativitas perempuan dalam melakukan diversifikasi pangan (Kahfi et al., 2024). Potensi ibu-ibu rumah tangga dalam menopang kebutuhan inti rumah tangga dapat diwujudkan melalui pengolahan ikan mentah menjadi produk olahan camilan sehat. Desa Toisapu, Kecamatan Leitimur Selatan, memiliki luas wilayah 5.362 km² dan merupakan salah satu desa yang sebagian besarnya berada pada wilayah pesisir berhadapan langsung dengan pantai. Dalam keseharian, sebagian besar masyarakat bekerja sebagai pedagang ikan dan menggantungkan hidup pada hasil tangkapan di laut, khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga nelayan. Berdasarkan budidaya dan hasil tangkapannya, jenis ikan yang melimpah di Desa Toisapu adalah ikan kembung (*Rastrelliger* sp.). Hingga saat ini, ikan kembung merupakan salah satu ikan laut bergizi tinggi yang sangat baik dikonsumsi secara rutin karena mengandung protein, asam lemak omega-3, selenium, serta vitamin B12 yang berperan penting dalam menjaga kesehatan tubuh (Ratnasari, 2025), sebagaimana disajikan pada Gambar 1.



***Gambar 1**. Hasil Tangkap Ikan Kembung Nelayan di Desa Toisapu*
(Sumber: Tim Pengabdi, 2026)

Namun demikian, hasil tangkapan nelayan (ikan kembung) yang didagangkan oleh ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Desa Toisapu masih dipasarkan secara tradisional. Proses pemasaran konvensional ini menyebabkan sebagian ikan yang tidak terjual cepat membusuk jika tidak segera diolah menjadi produk olahan bernilai tambah. Ketiadaan inovasi produk olahan ikan menjadi permasalahan utama kelompok mitra. Selain itu, ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Desa Toisapu masih terbatas pengetahuannya dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk memasarkan hasil produk olahan ikan kembung. Padahal, jangkauan pemasaran yang luas dan efektif membutuhkan pemahaman strategi penjualan yang baik guna meningkatkan pendapatan usaha (Suteja et al., 2025). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat membantu kelompok ekonomi non-produktif memperluas pangsa pasar dan mentransformasi model penjualan konvensional menjadi berbasis digital (Leonardi et al., 2024).

Kelompok Fish merupakan kelompok ibu-ibu rumah tangga penjual ikan keliling di Desa Toisapu dengan jumlah anggota sebanyak 10 orang. Aktivitas penjualan keliling yang dilakukan oleh sebagian ibu-ibu menggunakan sepeda motor, sedangkan sebagian lainnya berkeliling desa dengan berjalan kaki membawa dagangan menggunakan keranjang atau ember seraya memanggil warga untuk menawarkan ikan segar. Kelompok Fish menjual ikan kembung dengan kisaran harga Rp20.000 hingga Rp50.000 untuk 4–8 ekor tergantung ukuran ikan yang dijual bagi konsumen, seperti ditunjukkan pada Gambar 2.

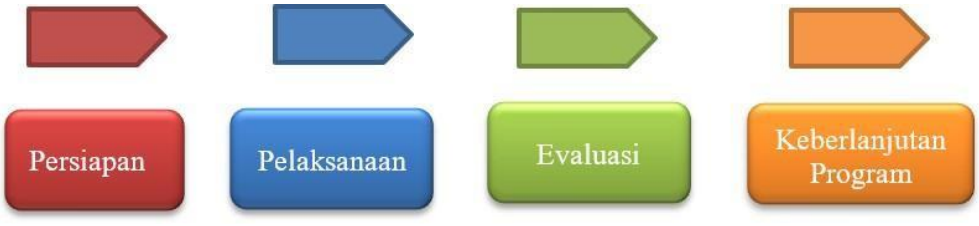
Melalui kegiatan pengabdian ini, Kelompok Fish diarahkan untuk tidak hanya menjual ikan mentah yang mudah mengalami pembusukan, melainkan mengolahnya menjadi produk camilan sehat bernilai ekonomis tinggi berupa stik ikan kembung. Ikan kembung kaya akan nutrisi penting seperti asam lemak omega-3, protein, vitamin, dan mineral yang sangat bermanfaat bagi kesehatan jantung, mendukung perkembangan otak, serta membantu pemenuhan gizi anak. Di samping pelatihan produksi olahan pangan, tim pengabdi juga mengintroduksi teknologi pengemasan (*packaging*) modern dan desain identitas merek digital (*digital branding*) untuk menarik minat konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran mitra (Palyama et al., 2025, 2026).



***Gambar 2**. Aktivitas Penjualan Ikan Keliling oleh Ibu Rumah Tangga Mitra (Sumber: Tim Pengabdi, 2026)*

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Dusun Toisapu, Desa Toisapu, Kecamatan Leitimur Selatan, Kota Ambon, Provinsi Maluku. Pelaksanaan kegiatan melibatkan Tim Pengusul lintas bidang keilmuan Informatika dan Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Indonesia Maluku bersama 10 orang ibu rumah tangga anggota Kelompok Fish sebagai mitra sasaran utama. Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahapan metode partisipatif secara berkesinambungan, sebagaimana dirangkum pada Gambar 3.



***Gambar 3**. Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan PKM*

Tahap Pelatihan dan Sosialisasi

Pelatihan pembuatan identitas merek digital (*digital branding*) diawali dengan sosialisasi materi oleh narasumber menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi, dan tanya-jawab bersama mitra. Kegiatan bertempat di gedung pertemuan Desa Toisapu yang telah dilengkapi dengan fasilitas audio (*sound system*, mikrofon) serta proyektor LCD.

Tahap Penerapan Teknologi dan Inovasi

Untuk mengatasi permasalahan prioritas yang dihadapi mitra, diterapkan paket inovasi teknologi terapan hasil riset pengabdian tim pengusul, yang mencakup:

1. *Teknologi Pascapanen dan Pemasaran Sederhana*

Introduksi kemasan plastik higienis (*standing pouch*) dan perancangan desain label kemasan digital menggunakan aplikasi Canva yang dilengkapi dengan kode QR lokasi usaha guna mempermudah konsumen mengakses tempat penjualan.

2. *Inovasi Pengolahan Diversifikasi Pangan*

Pengolahan ikan kembung mentah menjadi produk camilan renyah bernilai tambah tinggi berupa stik ikan kembung gurih dan kaya gizi.

3. *Introduksi Peralatan Pengolahan*

Pemanfaatan mesin pelumat (*blender*) untuk menghaluskan daging ikan serta peralatan penggorengan higienis yang mudah dioperasikan oleh ibu rumah tangga mitra.

Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan secara berkala mulai dari tahap persiapan, implementasi pelatihan di lapangan, hingga tahap pasca-kegiatan. Parameter evaluasi yang digunakan meliputi:

1. Kesesuaian jadwal pelaksanaan kegiatan dengan rencana kerja operasional.
2. Efektivitas koordinasi internal Tim Pengabdi serta kelancaran komunikasi dengan Mitra Kelompok Fish.
3. Tingkat kehadiran, kedisiplinan, dan partisipasi aktif peserta pelatihan (mencapai 100%).
4. Tingkat pemahaman dan keterampilan mitra yang diukur melalui perbandingan instrumen evaluasi awal (pre-test) dan evaluasi akhir (post-test) pada pengolahan produk dan pemasaran digital.

Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan manfaat program pasca-kegiatan PKM, disusun rencana tindak lanjut bersama mitra sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

***Tabel 1**. Rencana Tindak Lanjut Keberlanjutan Program*

No.	Rencana Tindak Lanjut	Deskripsi Program Keberlanjutan
1	Diversifikasi Produk Stik Ikan Kembung	Membuat lebih banyak variasi rasa dan kemasan stik ikan kembung secara berkelanjutan untuk dipasarkan melalui media sosial dan jejaring warga.
2	Penerapan Kemasan dan Digital Branding	Mencetak kemasan berstiker merek dengan kode QR lokasi usaha secara berkala serta memperluas jangkauan promosi berbasis platform digital.

No.	Rencana Tindak Lanjut	Deskripsi Program Keberlanjutan
3	Pendampingan dan Monitoring Usaha	Melakukan pendampingan berkala terhadap manajemen kas kelompok, higienitas produksi, serta persiapan pengajuan izin edar produk usaha rumah tangga.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada hari Sabtu, 29 Agustus 2026, bertempat di gedung pertemuan Dusun Toisapu, Desa Toisapu. Rangkaian kegiatan dipandu oleh mahasiswa sebagai moderator dan diawali dengan doa pembukaan oleh salah satu perwakilan peserta mitra Kelompok Fish, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4. Tim pengabdi bersama narasumber dan mitra berdiskusi dalam suasana yang interaktif dan antusias. Tim mempersiapkan materi pertama untuk sosialisasi strategi pemasaran digital (*digital marketing*) sebagai upaya membangun daya saing bisnis olahan perikanan yang lebih kompetitif melalui pemanfaatan media sosial.



***Gambar 4**. Pembukaan Acara oleh Moderator Mahasiswa (kiri) dan Doa Pembukaan oleh Peserta Mitra (kanan)*

Sebelum penyampaian materi sosialisasi dimulai, tim pengabdi membagikan kuesioner evaluasi awal (*pre-test*) kepada seluruh peserta untuk mengukur tingkat pemahaman dasar mitra mengenai pengolahan produk bernilai tambah dan strategi promosi digital. Selanjutnya, narasumber memberikan sosialisasi interaktif mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk merancang identitas merek (*branding*) produk yang dilengkapi dengan kode QR lokasi usaha guna mempermudah pelanggan menemukan titik gerai penjualan produk mitra di Desa Toisapu, seperti ditunjukkan pada Gambar 5.



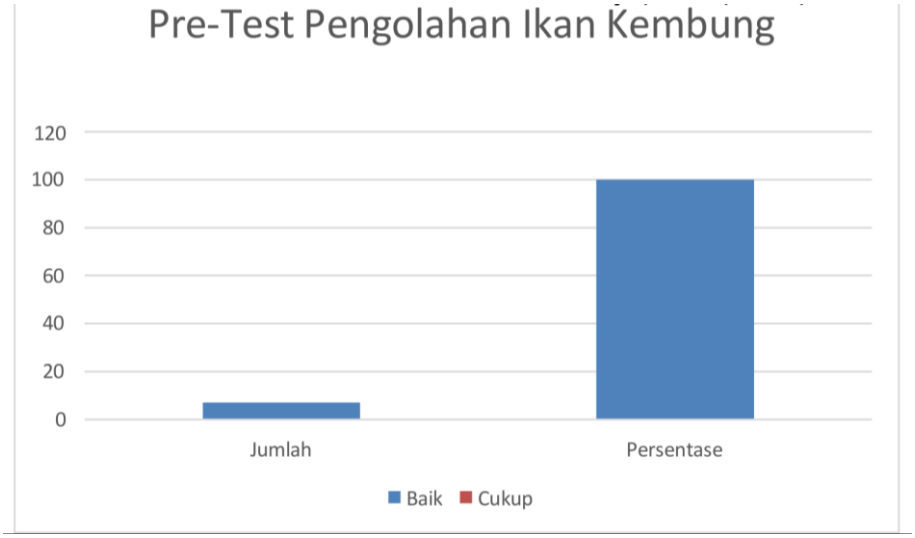
***Gambar 5**. Penyampaian Materi Sosialisasi Pemasaran Digital oleh Narasumber Tim Pengabdi*

Setelah sosialisasi teori pemasaran, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan praktik pengolahan ikan kembung mentah menjadi produk camilan renyah stik ikan kembung. Tim pengabdi bersama mitra mempraktikkan secara langsung setiap tahapan produksi menggunakan alat dan bahan higienis yang telah disediakan, mulai dari proses filet ikan, pelumatan daging ikan menggunakan *blender*, pencampuran bumbu dan adonan tepung, pencetakan adonan stik, hingga penggorengan pada suhu yang tepat (Gambar 6).



***Gambar 6**. Pelatihan Praktik Pengolahan Ikan Kembung Mentah Menjadi Produk Stik Ikan Bersama Mitra*

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan terjadinya peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra yang sangat nyata dalam mengolah ikan kembung mentah menjadi produk olahan stik ikan kembung dengan memanfaatkan bahan dan peralatan dapur yang terjangkau. Berdasarkan hasil evaluasi, tercatat peningkatan pengetahuan mitra sebanyak 83% berada pada kategori baik, sebagaimana divisualisasikan pada Gambar 7.



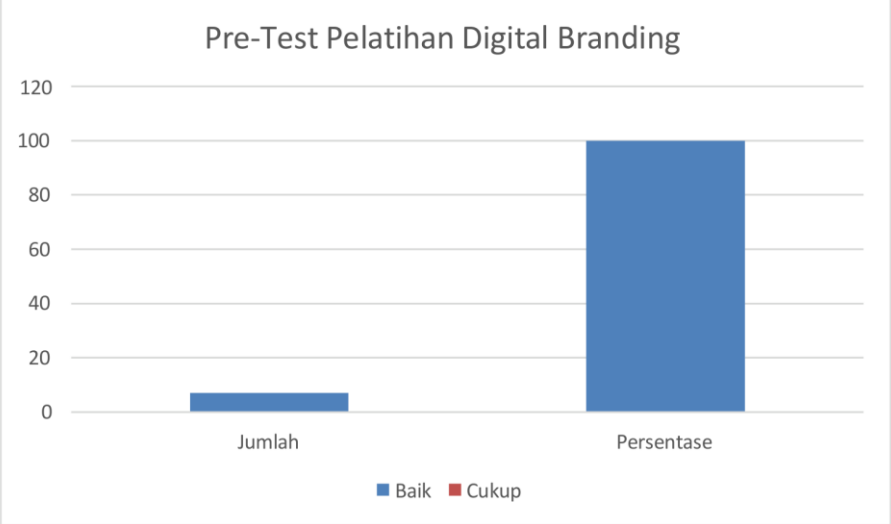
***Gambar 7**. Hasil Evaluasi Pre-Test Pemahaman Mitra pada Pelatihan Pengolahan Ikan Kembung*

Selanjutnya, dilaksanakan pelatihan pembuatan identitas merek digital (*digital branding*) menggunakan aplikasi Canva (Wardhanie et al., 2021). Aplikasi ini digunakan sebagai sarana desain grafis praktis bagi mitra untuk merancang logo dan label stiker kemasan stik ikan kembung. Pada label tersebut disematkan kode QR (*barcode*) yang terhubung langsung dengan titik lokasi penjualan di Google Maps, sehingga memudahkan konsumen dari luar desa menemukan lokasi mitra, seperti disajikan pada Gambar 8.



***Gambar 8**. Hasil Desain Digital Branding dan Aplikasi Kemasan Stik Ikan Kembung Berbasis Barcode Lokasi*

Hasil pelaksanaan evaluasi menunjukkan bahwa seluruh mitra (100%) berhasil memahami fungsi pentingnya identitas merek dan kemasan higienis dalam mendongkrak nilai jual produk perikanan (Gambar 9). Peningkatan kapasitas ini menjadi modal berharga bagi kelompok ibu-ibu rumah tangga Toisapu untuk bertransformasi dari sekadar pedagang ikan segar keliling menjadi pelaku wirausaha olahan perikanan bernilai tambah tinggi (Kahfi et al., 2024; Palyama et al., 2025, 2026).



***Gambar 9**. Hasil Evaluasi Pemahaman Mitra pada Pelatihan Digital Branding dan Kemasan*

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat di Desa Toisapu, Kota Ambon, terbukti memberikan kebermanfaatan nyata bagi mitra Kelompok Fish. Melalui pelatihan pengolahan pangan, mitra berhasil menguasai teknologi diversifikasi ikan kembung mentah menjadi produk stik ikan kembung yang bergizi, renyah, dan bernilai ekonomis dengan peningkatan pengetahuan sebesar 83%. Selain itu, pelatihan desain kemasan dan *digital branding* berbasis Canva dengan integrasi kode QR lokasi usaha berhasil meningkatkan kapasitas dan pemahaman mitra hingga 100%. Inovasi ini mengubah paradigma usaha ibu-ibu rumah tangga nelayan dari penjual ikan segar tradisional menjadi produsen camilan olahan bermerek mandiri. Untuk menjamin kesinambungan program, disarankan adanya pendampingan lanjutan dalam pengurusan izin edar P-IRT dan sertifikasi halal serta kemitraan distribusi ke pasar modern dan pusat oleh-oleh di Kota Ambon.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kristen Indonesia Maluku atas dukungan pendanaan dan fasilitasi pelaksanaan program pengabdian ini. Ucapan terima kasih serta penghargaan yang tulus juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Toisapu dan seluruh ibu-ibu rumah tangga anggota Kelompok Fish atas kerja sama, keterbukaan, dan partisipasi aktif sepanjang kegiatan berlangsung.

Referensi

Kahfi, A., Oktaviani, Y., Fadilah, N., & Mahmudi, I. (2024). Transformasi pemberdayaan ekonomi perempuan: Strategi pemberdayaan kelompok wanita tani berbasis ekonomi Islam di Desa Sri Bandung, Banyuasin. *AICONOMIA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 107–121. https://doi.org/10.32939/acm.v3i2.4366

Leonardi, A., Sjafri, A. V., Saleh, A., & Fatchiya, A. (2024). Analisis pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) digital untuk pemasaran ikan skala mikro: Systematic literature review. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 37–56. https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6873

Palyama, D. G., Leunupun, P., Manaha, R. R. Y., Salenussa, M. G., Tomasila, G., Soumokil, M. H. T., & Usmany, R. I. (2025). Sosialisasi dan pelatihan packaging dan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk "Sagu Lempeng" di Desa Toisapu Kota Ambon Provinsi Maluku. *Madaniya*, 6(4), 2377–2384. https://doi.org/10.53696/27214834.1293

Palyama, D., Ode, D. R., Tuhuleruw, B. F., Tanamal, Y. H., Sopacua, V. E., Hallatu, V. K., Zein, R. M. R. N., Tuarissa, M. A., Sohilait, J. D., Making, A., Sinia, H. Y., & Warahuwena, G. (2026). Sosialisasi dan pelatihan digital marketing untuk UMKM Toisapu berbasis website. *Madaniya*, 7(1), 383–391. https://doi.org/10.53696/27214834.1597

Ratnasari, D. (2025). Formulasi dan analisis nilai hedonik nugget ikan kembung (Rastrelliger kanagurta) dengan penambahan rebung (Dendrocalamus asper). *Journal of Technology and Food Processing (JTFP)*, 5(02), 36–46. https://doi.org/10.46772/jtfp.v5i02.1753

Suteja, I. W., Hasyim, Rohani, Salehudin, Supriadi A, D., 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. https://doi.org/10.29303/jpmpi.v8i2.11421

Wardhanie, A. P., Fahminnansih, F., & Rahmawati, E. (2021). Pemanfaatan aplikasi Canva untuk desain grafis dan promosi produk pada sekolah Islami berbasis kewirausahaan. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51–58. https://doi.org/10.37802/society.v2i1.170