p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

Pengembangan Bisnis Inovatif Berbasis Mangrove untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Pesisir melalui Digitalisasi Pemasaran

Idris Idris *[1], Hersugondo Hersugondo [2], Ahyar Yuniawan [3], Fuad Mas'ud[4], Dea Adielyani[5]
[1,2,3,4,5]Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
e-mail: idris@live.undip.ac.id ; hersugondo@lecturer.undip.ac.id ; ahyar_y@live.undip.ac.id ; fuad.mas'ud@live.undip.ac.id ; adielyanidea98@live.undip.ac.id

Abstrak

Kawasan pesisir Betahwalang, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, memiliki potensi ekologis dan ekonomi yang besar melalui ekosistem mangrove. Mangrove berperan sebagai penahan abrasi, penyimpan karbon biru, dan sumber penghidupan masyarakat. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena degradasi lingkungan, keterbatasan inovasi produk, lemahnya kapasitas manajerial, rendahnya literasi keuangan, belum optimalnya legalitas usaha, serta minimnya pemanfaatan pemasaran digital. Kondisi ini menyebabkan nilai ekonomi mangrove belum mampu memberikan kontribusi maksimal terhadap kesejahteraan masyarakat pesisir. Permasalahan tersebut diatasi melalui program pemberdayaan ekonomi berbasis inovasi produk mangrove yang terintegrasi dengan penguatan kapasitas manajerial dan digital. Solusi yang ditawarkan meliputi pelatihan pembuatan produk olahan mangrove, seperti sirup, dodol, tepung, cincau, teh herbal, dan sabun cair; pengembangan kemasan dan branding; pemasaran melalui media sosial dan marketplace; literasi keuangan rumah tangga dan usaha; serta pendampingan legalitas berupa NIB, PIRT, dan sertifikasi halal. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui survei kebutuhan, pelatihan, praktik, pendampingan, dan monitoring-evaluasi. Keberhasilan program diukur melalui pre–post test, observasi, serta focus group discussion (FGD). Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam inovasi produk, pengemasan, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital. Sebagian peserta telah mulai memasarkan produk secara daring, dua kelompok usaha menyelesaikan proses NIB dan PIRT, serta terbentuk embrio kelembagaan usaha kolektif peduli mangrove. Sekitar 80% peserta mengalami perubahan orientasi usaha menuju pemanfaatan mangrove dan pemasaran digital. Program ini menunjukkan bahwa integrasi potensi lokal dengan penguatan kapasitas manajerial dan digital dapat menciptakan model pemberdayaan ekonomi pesisir yang berkelanjutan dan mendukung ekonomi hijau serta SDGs.

***Kata kunci**: Bisnis Inovatif; Mangrove; Pemberdayaan Masyarakat Pesisir; Digitalisasi Pemasaran; Legalitas Usaha.*

1. PENDAHULUAN

Ekosistem mangrove merupakan salah satu sumber daya pesisir yang memiliki peran ekologis, sosial, dan ekonomi yang sangat strategis bagi keberlanjutan kehidupan masyarakat pesisir. Mangrove tidak hanya berfungsi sebagai pelindung alami garis pantai dari abrasi dan gelombang, tetapi juga berperan sebagai penyimpan karbon biru (blue carbon), habitat berbagai biota, serta sumber bahan baku yang dapat dikembangkan menjadi produk pangan, kesehatan,

p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

dan produk bernilai ekonomi lainnya. Berbagai manfaat tersebut menjadikan mangrove sebagai salah satu aset lokal yang penting dalam mendukung ketahanan iklim sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa Betahwalang, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, merupakan kawasan pesisir yang memiliki potensi mangrove cukup besar. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat karena pemanfaatannya masih terbatas dan belum terintegrasi dengan pengembangan usaha yang inovatif dan berkelanjutan.

Permasalahan mitra berkaitan dengan kondisi pengembangan usaha masyarakat pesisir yang masih menghadapi berbagai keterbatasan. Sebagian besar usaha berbasis mangrove masih dikelola secara tradisional dan berskala rumah tangga, dengan variasi produk yang terbatas, teknologi produksi sederhana, kualitas kemasan yang belum optimal, serta jangkauan pemasaran yang masih bersifat lokal. Selain itu, kapasitas manajerial dan literasi keuangan pelaku usaha masih perlu diperkuat, terutama dalam pemisahan keuangan rumah tangga dan usaha, pencatatan arus kas, serta perhitungan harga pokok produksi. Permasalahan lainnya adalah minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran, rendahnya kemampuan dalam membangun identitas merek, serta belum optimalnya legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan sertifikasi halal. Kondisi tersebut menyebabkan potensi ekonomi mangrove belum mampu dikembangkan secara maksimal sebagai sumber penghidupan masyarakat pesisir.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ekosistem mangrove memiliki potensi yang sangat besar dalam mendukung penghidupan masyarakat apabila dikelola secara berkelanjutan. Bimrah et al. [1] melalui kajian sistematis menjelaskan bahwa mangrove menyediakan beragam jasa ekosistem yang meliputi fungsi penyediaan, pengaturan, budaya, dan pendukung bagi kehidupan masyarakat. Selain sebagai pelindung kawasan pesisir, mangrove memiliki nilai ekonomi melalui pemanfaatan sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi berbagai produk lokal. Temuan tersebut diperkuat oleh Sungkawati dan Umali [2] yang menegaskan bahwa ekosistem mangrove berkontribusi terhadap penyimpanan karbon biru sekaligus mendukung ketahanan pangan masyarakat. Dengan demikian, pengelolaan mangrove tidak hanya relevan dalam perspektif konservasi lingkungan, tetapi juga memiliki potensi sebagai basis pengembangan ekonomi hijau berbasis masyarakat.

Di sisi lain, keberhasilan pemanfaatan mangrove sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam menjaga keberlanjutan ekosistem tersebut. Lovelock et al. [3] menjelaskan bahwa degradasi mangrove dapat menurunkan kemampuan ekosistem dalam memberikan perlindungan terhadap wilayah pesisir, menyimpan karbon, dan menopang kehidupan masyarakat lokal. Oleh karena itu, pendekatan pengembangan ekonomi berbasis mangrove perlu dilakukan secara hati-hati agar kegiatan pemanfaatan ekonomi tidak justru mempercepat kerusakan ekosistem. Pengembangan produk inovatif yang menggunakan hasil mangrove secara berkelanjutan dapat menjadi alternatif untuk menghubungkan kepentingan konservasi dengan peningkatan pendapatan masyarakat. Pendekatan ini juga penting bagi kawasan pesisir seperti Betahwalang yang menghadapi tekanan ekologis sekaligus membutuhkan penguatan ekonomi masyarakat.

Pengembangan produk mangrove sebagai sumber mata pencaharian alternatif juga telah didukung oleh hasil penelitian dan kegiatan pemberdayaan di berbagai wilayah. Lukman et al. [4] menunjukkan bahwa pengembangan produk pangan berbasis mangrove dapat menjadi salah satu alternatif penghidupan masyarakat sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat dalam konservasi mangrove. Pemanfaatan sumber daya lokal menjadi produk bernilai tambah dapat meningkatkan diversifikasi ekonomi dan mengurangi ketergantungan masyarakat pada satu jenis mata pencaharian. Sementara itu, Nyangoko et al. [5] menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dan pemahaman terhadap jasa ekosistem mangrove dalam menentukan keberhasilan pengelolaan mangrove secara berkelanjutan. Berdasarkan berbagai temuan tersebut, pengembangan bisnis inovatif berbasis mangrove perlu didukung dengan peningkatan kapasitas masyarakat, inovasi produk, penguatan manajemen usaha, serta partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga keberlanjutan sumber daya pesisir.

Berdasarkan permasalahan dan hasil kegiatan sebelumnya, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pengembangan model bisnis inovatif berbasis mangrove yang

p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

terintegrasi dengan penguatan kapasitas ekonomi masyarakat. Program difokuskan pada pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk olahan mangrove, seperti sirup, dodol, tepung, cincau, teh herbal, dan sabun cair, yang disesuaikan dengan potensi serta kapasitas mitra. Selanjutnya, peserta diberikan pendampingan mengenai desain kemasan, branding, dan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace untuk memperluas akses pasar. Penguatan kapasitas juga dilakukan melalui literasi keuangan rumah tangga dan usaha, pengenalan layanan keuangan digital, serta pencatatan keuangan sederhana. Selain itu, program memberikan asistensi legalitas usaha, khususnya pengurusan NIB, PIRT, dan persiapan sertifikasi halal. Seluruh solusi tersebut dirancang secara partisipatif agar dapat menjawab kebutuhan nyata masyarakat dan menghasilkan model pemberdayaan yang berkelanjutan.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat pesisir Desa Betahwalang melalui pengembangan bisnis inovatif berbasis mangrove. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengembangkan dan melakukan diversifikasi produk mangrove, memperbaiki kualitas kemasan dan branding, meningkatkan literasi keuangan dan kapasitas manajerial, memperluas pemanfaatan pemasaran digital, serta memperkuat legalitas usaha. Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat tidak hanya memandang mangrove sebagai ekosistem pelindung pesisir, tetapi juga sebagai potensi ekonomi lokal yang dapat dikelola secara inovatif dan berkelanjutan. Pada akhirnya, program ini diharapkan dapat memperkuat kesejahteraan masyarakat pesisir, mendukung konservasi mangrove, serta menghasilkan model pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal yang dapat direplikasi di kawasan pesisir lainnya.

Gambar 1. Kegiatan PKM

2. METODE

2.1. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan needs-based community service dengan metode partisipatif. Pendekatan tersebut menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, perumusan permasalahan, pelaksanaan program, hingga evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan partisipatif dipilih karena pengembangan ekonomi berbasis mangrove memerlukan keterlibatan aktif masyarakat agar program yang dilaksanakan sesuai dengan potensi lokal, kebutuhan mitra, dan kondisi sosial ekonomi masyarakat pesisir.

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa bentuk kegiatan, yaitu sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, workshop, praktik langsung, pendampingan, serta

p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

monitoring dan evaluasi. Sosialisasi dilakukan pada tahap awal untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai tujuan dan manfaat program. Penyuluhan dan pelatihan diberikan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pengembangan bisnis inovatif berbasis mangrove. Kegiatan workshop dan praktik langsung diarahkan pada pengembangan produk olahan mangrove, desain kemasan, branding, pemasaran digital, literasi keuangan, serta pengurusan legalitas usaha.

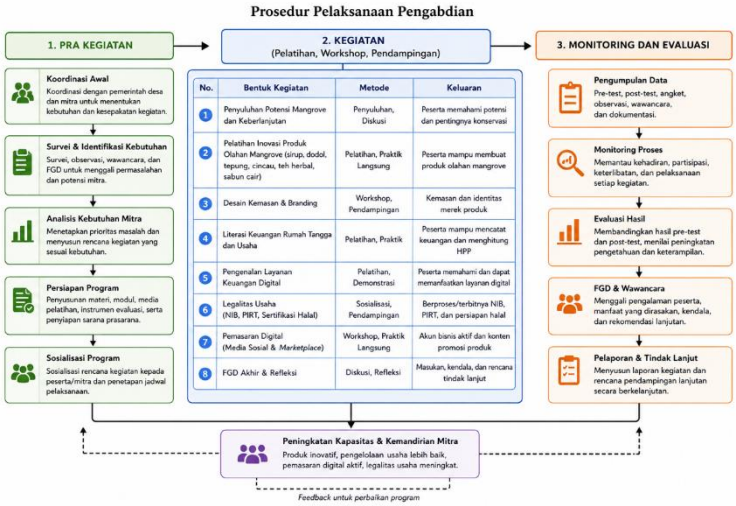
Pelaksanaan kegiatan pengabdian juga menggunakan metode pendampingan secara langsung (hands-on assistance). Pendampingan dilakukan untuk membantu peserta menerapkan materi yang telah diperoleh selama pelatihan ke dalam kegiatan usaha mereka. Pendampingan mencakup proses produksi produk olahan mangrove, peningkatan kualitas kemasan, pembuatan identitas merek, penyusunan konten promosi, penggunaan media sosial dan marketplace, pencatatan keuangan sederhana, serta asistensi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, dan persiapan sertifikasi halal. Pendekatan ini sejalan dengan pengembangan usaha berbasis produk mangrove yang membutuhkan penguatan kapasitas masyarakat dan diversifikasi produk secara berkelanjutan [6].

2.2. Profil Mitra

Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah kelompok masyarakat pesisir di Desa Betahwalang, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Mitra terdiri atas ibu rumah tangga, nelayan, dan pelaku UMKM yang telah maupun berpotensi mengembangkan usaha berbasis mangrove. Karakteristik mitra mencerminkan struktur ekonomi masyarakat pesisir yang sebagian besar masih didominasi oleh usaha rumah tangga dan usaha mikro. Kegiatan pengabdian melibatkan pelaku usaha olahan mangrove, ibu rumah tangga, nelayan, dan masyarakat yang memiliki minat dalam pengembangan usaha berbasis potensi pesisir. Mitra dipilih berdasarkan keterlibatan dan potensi mereka dalam pemanfaatan sumber daya mangrove serta kebutuhan peningkatan kapasitas usaha. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan diversifikasi produk, kualitas kemasan yang belum optimal, rendahnya kapasitas manajerial dan literasi keuangan, minimnya pemanfaatan pemasaran digital, serta belum optimalnya legalitas usaha.

Desa Betahwalang dipilih sebagai lokasi kegiatan karena memiliki ekosistem mangrove yang berkembang dan berpotensi menjadi basis pengembangan ekonomi masyarakat. Selain memiliki nilai ekologis sebagai pelindung kawasan pesisir, mangrove dapat dikembangkan menjadi sumber bahan baku produk pangan dan produk turunannya. Pengembangan ekonomi masyarakat berbasis mangrove diharapkan mampu mengintegrasikan upaya konservasi lingkungan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat pesisir.

2.3. Prosedur Pelaksanaan Pengabdian



Gambar 2 Prosedur Pelaksanaan Pengabdian

p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

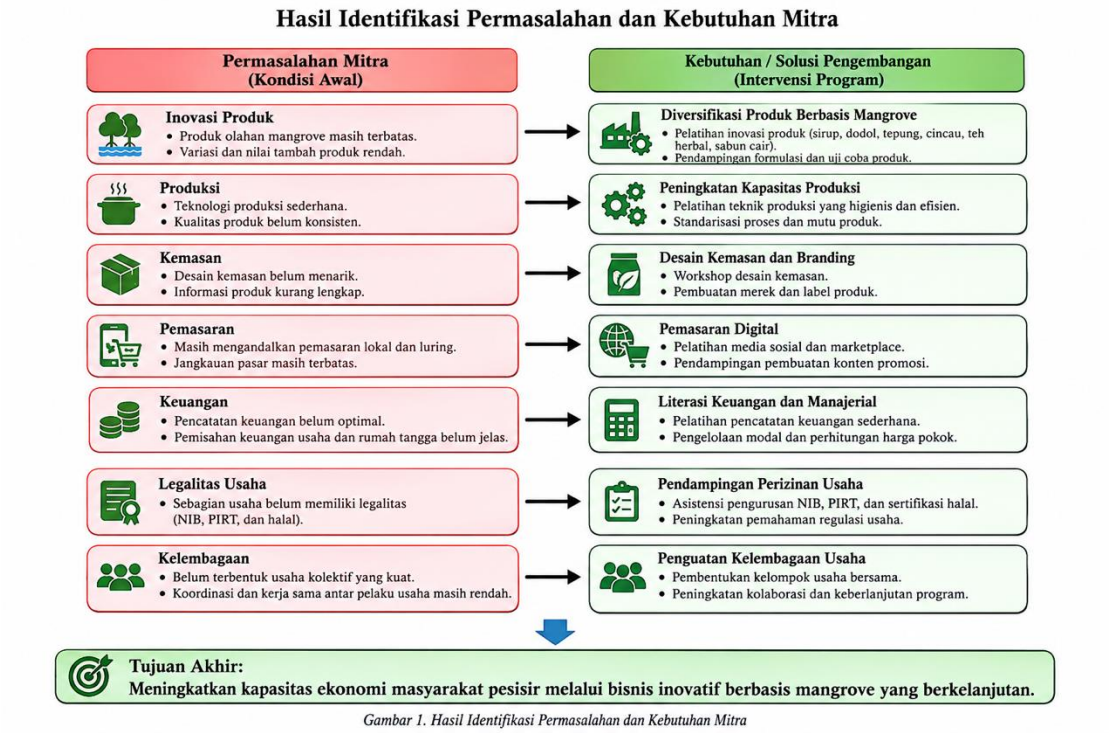
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Betahwalang, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, dilakukan sesuai dengan tahapan yang telah dirancang dalam metode pelaksanaan, yaitu pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan inti, serta monitoring dan evaluasi. Pendekatan yang digunakan menempatkan mitra sebagai subjek utama kegiatan sehingga materi pelatihan dan bentuk pendampingan disesuaikan dengan kebutuhan, permasalahan, dan potensi lokal masyarakat pesisir. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa permasalahan mitra tidak hanya berkaitan dengan keterampilan pengolahan produk, tetapi juga mencakup keterbatasan manajemen usaha, kualitas kemasan, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan legalitas usaha.

3.1.1. Hasil Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui koordinasi dengan pemerintah desa dan mitra, observasi lapangan, survei, wawancara, serta FGD. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar usaha masyarakat masih dikelola secara tradisional dan berskala rumah tangga. Beberapa kendala utama yang ditemukan meliputi keterbatasan variasi produk olahan mangrove, kualitas kemasan yang belum menarik, minimnya pemanfaatan media digital, pencatatan keuangan yang belum optimal, keterbatasan akses pasar, dan belum lengkapnya legalitas usaha.



Gambar 1. Hasil Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra

Gambar 3. Hasil Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra

Berdasarkan hasil identifikasi melalui survei, observasi, wawancara, dan Focus Group Discussion (FGD), diperoleh tujuh permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan inovasi produk, teknologi produksi yang masih sederhana, kemasan yang belum menarik, pemasaran yang masih terbatas, pengelolaan keuangan yang belum optimal, legalitas usaha yang belum lengkap, serta kelembagaan usaha yang masih lemah. Berdasarkan permasalahan tersebut, dirumuskan kebutuhan pengembangan berupa diversifikasi produk berbasis mangrove, peningkatan kapasitas produksi, pengembangan desain kemasan dan branding,

p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

pemasaran digital, literasi keuangan, pendampingan perizinan usaha, serta penguatan kelembagaan. Identifikasi ini menjadi dasar penyusunan program pengabdian yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat pesisir Desa Betahwalang.

3.1.2. Hasil Pelatihan Inovasi Produk Berbasis Mangrove

Tahap berikutnya adalah pelatihan dan praktik pengembangan produk olahan mangrove. Produk yang diperkenalkan meliputi sirup, dodol, tepung, cincau, teh herbal, dan sabun cair. Pelatihan dilakukan melalui metode demonstrasi dan praktik langsung agar peserta tidak hanya memahami proses pengolahan secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam memproduksi dan mengembangkan produk.

Pelaksanaan praktik memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya pemilihan bahan baku, kebersihan proses produksi, standar takaran, konsistensi produk, serta pengembangan produk sesuai kebutuhan konsumen. Diversifikasi produk memberikan peluang untuk meningkatkan nilai tambah sumber daya lokal dan memperluas segmentasi pasar. Sebelum kegiatan, pemanfaatan mangrove masih terbatas pada jenis produk tertentu. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami bahwa sumber daya mangrove dapat dikembangkan menjadi berbagai produk pangan dan nonpangan.

Hasil ini mendukung temuan pengabdian di wilayah lain yang menunjukkan bahwa diversifikasi buah mangrove melalui pendekatan partisipatif dan praktik langsung dapat meningkatkan pemahaman serta keterampilan masyarakat dalam menghasilkan produk yang lebih bernilai ekonomi [11]. Dengan demikian, kegiatan inovasi produk tidak hanya menghasilkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir masyarakat dari pemanfaatan sumber daya secara sederhana menjadi pengembangan produk yang lebih inovatif dan berorientasi pasar.

3.1.3. Hasil Pengembangan Kemasan dan Branding

Pelatihan desain kemasan dan branding diarahkan untuk meningkatkan daya tarik visual, identitas produk, serta kesiapan produk untuk memasuki pasar yang lebih luas. Peserta didampingi dalam penyusunan nama merek, logo, label, informasi produk, komposisi, serta desain kemasan yang lebih menarik. Beberapa mitra mulai menerapkan kemasan baru yang menampilkan identitas lokal dan potensi mangrove Betahwalang. Perubahan kemasan menjadi salah satu hasil penting karena kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dengan konsumen. Produk yang memiliki identitas visual lebih jelas diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat diferensiasi produk. Penguatan branding juga membantu peserta memahami bahwa produk mangrove memiliki nilai unik yang dapat dikembangkan sebagai identitas kawasan pesisir.

Hasil tersebut sejalan dengan kegiatan pengembangan branding produk olahan mangrove yang menunjukkan bahwa penguatan citra produk dan pemanfaatan media digital dapat meningkatkan nilai promosi produk lokal [12]. Oleh karena itu, pengembangan kemasan dan branding merupakan bagian penting dalam menghubungkan inovasi produk dengan kesiapan pemasaran.

3.1.4. Hasil Penguatan Literasi Keuangan dan Legalitas Usaha

Pelatihan literasi keuangan diberikan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan rumah tangga dan usaha. Materi meliputi pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan arus kas, pengelolaan modal, perhitungan biaya produksi, dan penentuan harga pokok produk. Peserta juga diperkenalkan pada penggunaan layanan keuangan digital untuk mendukung transaksi dan pencatatan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran peserta mengenai pentingnya pengelolaan keuangan usaha. Sebelum pelatihan, sebagian besar aktivitas usaha belum didukung dengan pencatatan keuangan yang sistematis. Melalui praktik pencatatan sederhana, peserta mulai memahami perbedaan antara pendapatan, biaya, modal, dan keuntungan. Penguatan literasi keuangan penting karena kemampuan mengelola keuangan merupakan salah satu faktor pendukung keberlanjutan usaha mikro.

p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

Pada aspek legalitas, kegiatan pendampingan menghasilkan capaian konkret berupa dua kelompok usaha yang berhasil menyelesaikan proses legalitas NIB dan PIRT. Kelompok usaha lainnya masih berada dalam proses pendampingan. Keberadaan legalitas penting untuk meningkatkan kepercayaan pasar, memperluas peluang pemasaran, serta memberikan akses terhadap berbagai program pendukung dan pembiayaan usaha.

Tabel 3. Capaian Penguatan Kapasitas Manajerial dan Legalitas Mitra

No.	Aspek Penguatan	Kondisi Sebelum Kegiatan	Bentuk Intervensi	Capaian Setelah Kegiatan
1	Pencatatan Keuangan	Pencatatan keuangan usaha belum dilakukan secara optimal dan masih bersifat sederhana	Pelatihan pencatatan arus kas, biaya, pendapatan, dan keuntungan	Peserta memahami dan mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana
2	Pemisahan Keuangan	Keuangan rumah tangga dan keuangan usaha belum sepenuhnya dipisahkan	Sosialisasi dan praktik pengelolaan keuangan rumah tangga dan usaha	Meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha
3	Perhitungan Harga Pokok Produksi	Penentuan harga produk masih berdasarkan perkiraan	Pelatihan perhitungan biaya produksi dan harga pokok produk	Peserta memahami komponen biaya dan dasar penentuan harga jual
4	Pengelolaan Modal Usaha	Penggunaan modal belum direncanakan secara sistematis	Pelatihan perencanaan dan pengelolaan modal usaha	Peserta memiliki pemahaman lebih baik dalam mengelola modal dan kebutuhan usaha
5	Layanan Keuangan Digital	Pemanfaatan layanan keuangan digital masih terbatas	Pengenalan pembayaran dan layanan keuangan digital	Peserta mulai memahami manfaat layanan digital untuk mendukung transaksi usaha
6	Legalitas NIB	Sebagian usaha belum memiliki Nomor Induk Berusaha	Sosialisasi dan pendampingan pengurusan NIB	Dua kelompok usaha menyelesaikan proses legalitas NIB
7	Legalitas PIRT	Produk pangan belum seluruhnya memiliki izin PIRT	Sosialisasi dan pendampingan persyaratan PIRT	Dua kelompok usaha menyelesaikan proses PIRT
8	Sertifikasi Halal	Pemahaman mengenai proses sertifikasi halal masih terbatas	Sosialisasi persyaratan dan prosedur sertifikasi halal	Peserta memahami pentingnya sertifikasi halal dan mulai mempersiapkan persyaratan
9	Kelembagaan Usaha	Pengelolaan usaha masih dilakukan secara individual dan belum terkoordinasi	FGD dan pendampingan pembentukan usaha kolektif	Terbentuk embrio kelembagaan usaha kolektif peduli mangrove

p-ISSN:2598-9030
e-ISSN:2614-056X

3.1.5. Hasil Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital dilakukan melalui pengenalan dan praktik pemanfaatan media sosial serta marketplace. Peserta didampingi dalam membuat akun bisnis, mengambil foto produk, membuat konten promosi, menyusun narasi produk, dan menggunakan strategi promosi sederhana. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan secara langsung proses pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian peserta mulai memasarkan produk secara daring. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan kesiapan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, tingkat konsistensi penggunaan media sosial dan marketplace masih memerlukan pendampingan lanjutan.

Hasil tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang menemukan bahwa pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial dapat meningkatkan akses pasar dan kinerja penjualan produk berbasis mangrove [13]. Studi lain juga menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital [14]. Dengan demikian, keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh tersedianya platform, tetapi juga oleh peningkatan kemampuan dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menggunakannya.

3.2. Hasil Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama proses kegiatan untuk mengamati tingkat kehadiran, partisipasi, keterlibatan, dan kemampuan peserta dalam mengikuti setiap tahapan. Metode monitoring menggunakan observasi partisipatif, diskusi, wawancara informal, dan dokumentasi. Hasil monitoring menunjukkan bahwa peserta terlibat aktif dalam pelatihan, terutama pada kegiatan praktik pengolahan produk, pengemasan, dan pemasaran digital. Selain perubahan keterampilan teknis, monitoring menunjukkan adanya perubahan orientasi peserta terhadap usaha. Berdasarkan hasil pre-post test dan FGD, sekitar 80% peserta menyatakan terjadi perubahan orientasi usaha, yaitu dari usaha yang sebelumnya masih bersifat sampingan dan eksperimental menjadi usaha yang lebih serius dalam mengembangkan produk mangrove, kemasan, dan pemasaran digital.

3.2.1 Evaluasi Capaian Program

Gambar 3. Evaluasi Capaian Program

Bagan evaluasi capaian program menunjukkan bahwa pelaksanaan pengabdian dilakukan secara terstruktur, mulai dari identifikasi kebutuhan mitra, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, hingga pengukuran capaian program. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, pemanfaatan pemasaran digital, kemajuan legalitas usaha, serta perubahan orientasi usaha sekitar 80% peserta. Capaian tersebut diharapkan mampu memperkuat kapasitas ekonomi dan kemandirian masyarakat pesisir melalui pengembangan bisnis inovatif berbasis mangrove yang berkelanjutan.

3.3. Dampak Kegiatan terhadap Mitra

Dampak kegiatan tidak hanya terlihat pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada perubahan sikap, sosial, dan ekonomi masyarakat sasaran. Dari aspek sikap, peserta menunjukkan peningkatan kesadaran bahwa mangrove dapat menjadi sumber pengembangan ekonomi tanpa mengabaikan prinsip keberlanjutan. Peserta mulai memandang mangrove tidak hanya sebagai pelindung pantai, tetapi juga sebagai sumber inspirasi bagi pengembangan produk inovatif. Dari aspek sosial, kegiatan mendorong interaksi dan kerja sama antarpeserta. Proses pelatihan dan pendampingan menghasilkan embrio kelembagaan usaha kolektif peduli mangrove. Kondisi ini penting untuk keberlanjutan program karena usaha berbasis komunitas dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam berbagi pengetahuan, sumber daya, dan akses pasar.

Dari aspek ekonomi, dampak awal kegiatan terlihat melalui bertambahnya variasi produk, perbaikan kemasan, mulai digunakannya pemasaran digital, serta meningkatnya kesiapan usaha dalam memenuhi aspek legalitas. Meskipun peningkatan pendapatan belum dapat diukur secara kuantitatif karena belum tersedia data penjualan sebelum dan sesudah kegiatan, perubahan kapasitas dan kesiapan usaha menunjukkan adanya fondasi yang lebih baik untuk meningkatkan nilai ekonomi produk mangrove pada periode berikutnya.

3.4. Kesulitan dalam Pelaksanaan dan Solusi

Selama pelaksanaan kegiatan ditemukan beberapa kesulitan. Pertama, tingkat literasi digital peserta tidak sama. Sebagian peserta telah terbiasa menggunakan telepon pintar, sedangkan peserta lainnya masih memerlukan pendampingan dasar dalam penggunaan aplikasi dan media sosial. Kondisi ini menyebabkan kecepatan penyerapan materi berbeda antar peserta. Kedua, keterbatasan waktu peserta menjadi kendala dalam pelaksanaan dan pendampingan. Sebagian peserta memiliki tanggung jawab rumah tangga dan pekerjaan lain sehingga tidak selalu dapat mengikuti seluruh proses secara optimal. Ketiga, pemasaran digital masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan kemampuan membuat konten secara konsisten.

Untuk kegiatan berikutnya, diperlukan pendampingan yang lebih berkelanjutan dengan pembentukan kelompok kecil atau local champion. Pendampingan tidak hanya dilakukan pada saat pelatihan, tetapi juga setelah peserta mulai menerapkan keterampilan dalam usaha. Model ini diharapkan dapat meningkatkan konsistensi pemasaran digital dan keberlanjutan pengembangan produk.

3.5. Masalah Lain dan Pengembangan Kegiatan ke Depan

Masalah lain yang ditemukan adalah belum kuatnya kelembagaan usaha kolektif. Meskipun telah terbentuk embrio kelompok usaha peduli mangrove, kelembagaan tersebut masih memerlukan struktur organisasi, pembagian peran, dan model bisnis yang lebih jelas. Kegiatan berikutnya perlu diarahkan pada pembentukan kelompok usaha bersama atau koperasi sebagai wadah produksi, pemasaran, dan pengadaan bahan baku. Pengembangan selanjutnya juga perlu diarahkan pada integrasi bisnis mangrove dengan potensi ekowisata pesisir. Produk olahan mangrove dapat dikembangkan sebagai produk oleh-oleh, produk khas daerah, maupun bagian dari paket wisata edukasi. Pendekatan ini dapat meningkatkan keterhubungan antara konservasi, inovasi produk, dan ekonomi lokal. Pengembangan ekowisata mangrove berbasis pemberdayaan dan inovasi juga menunjukkan bahwa konservasi dapat menjadi fondasi bagi pengembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan [16].

Selain itu, perlu dilakukan evaluasi jangka panjang terhadap perkembangan usaha mitra, khususnya pada aspek penjualan, jumlah pelanggan, frekuensi pemasaran digital, keuntungan usaha, dan keberlanjutan kelembagaan. Pengukuran dampak secara berkala akan memberikan bukti kuantitatif mengenai efektivitas program dan membantu menyusun strategi pengembangan yang lebih tepat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat pesisir Desa Betahwalang melalui pengembangan bisnis inovatif berbasis mangrove telah tercapai. Program pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengembangkan produk olahan mangrove, memperbaiki kemasan dan branding, melakukan pengelolaan keuangan sederhana, memanfaatkan pemasaran digital, serta meningkatkan pemahaman mengenai legalitas usaha. Peningkatan hard skill terlihat dari kemampuan peserta dalam menghasilkan dan mengembangkan produk berbasis mangrove, melakukan pengemasan yang lebih modern, mencatat keuangan usaha, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk pemasaran. Sebagian peserta telah mulai memasarkan produknya secara daring, sementara dua kelompok usaha berhasil menyelesaikan proses legalitas NIB dan PIRT. Dari aspek soft skill, kegiatan juga mendorong perubahan motivasi, kepercayaan diri, kesadaran terhadap potensi ekonomi mangrove, serta orientasi usaha peserta. Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 80% peserta mengalami perubahan orientasi usaha ke arah pemanfaatan potensi mangrove dan pengembangan pemasaran digital yang lebih serius. Selain itu, terbentuk embrio kelembagaan usaha kolektif peduli mangrove yang dapat menjadi dasar penguatan kerja sama masyarakat dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan. Kelebihan program terletak pada pendekatan partisipatif dan terintegrasi yang tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga menggabungkan aspek penguatan kapasitas manajerial, literasi keuangan, legalitas usaha, dan digitalisasi pemasaran. Namun demikian, pelaksanaan kegiatan masih memiliki keterbatasan berupa perbedaan kemampuan digital antar peserta, keterbatasan waktu pendampingan, belum meratanya penerapan pemasaran digital secara konsisten, serta belum tersedianya data kuantitatif jangka panjang mengenai peningkatan pendapatan mitra. Pengembangan kegiatan selanjutnya perlu diarahkan pada pendampingan yang lebih berkelanjutan, penguatan kelembagaan usaha kolektif, peningkatan teknologi produksi, pengembangan sertifikasi halal, serta perluasan jaringan pemasaran melalui integrasi produk mangrove dengan ekowisata pesisir. Evaluasi jangka panjang terhadap perkembangan penjualan, pendapatan, dan keberlanjutan usaha juga diperlukan untuk memberikan bukti yang lebih kuat mengenai dampak ekonomi program. Dengan demikian, model pemberdayaan berbasis mangrove ini berpotensi dikembangkan sebagai model ekonomi pesisir yang mandiri, inovatif, dan berkelanjutan..

5. SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kegiatan selanjutnya perlu diarahkan pada penguatan keberlanjutan program melalui pendampingan secara berkala dan berkelanjutan. Pendampingan terutama diperlukan dalam penerapan pemasaran digital, pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan marketplace, mengingat kemampuan digital peserta masih beragam dan belum seluruh peserta mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara konsisten. Selain itu, perlu dilakukan penguatan kapasitas produksi dan standardisasi produk agar produk olahan mangrove memiliki kualitas yang lebih seragam, menarik, dan mampu memenuhi kebutuhan pasar. Pengembangan tersebut dapat dilakukan melalui penerapan teknologi tepat guna, peningkatan kapasitas produksi, perbaikan standar kebersihan, serta pengembangan kemasan yang lebih profesional.
Pendampingan legalitas usaha juga perlu dilanjutkan hingga kelompok usaha sasaran memiliki dokumen legalitas yang diperlukan, seperti NIB, PIRT, dan sertifikasi halal. Keberadaan

legalitas diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka akses pasar dan peluang pengembangan usaha yang lebih luas. Di sisi lain, embrio kelembagaan usaha kolektif yang telah terbentuk perlu diperkuat melalui pembentukan struktur organisasi, pembagian tugas, dan model kerja sama yang lebih jelas sehingga dapat menjadi wadah pengelolaan produksi, pengadaan bahan baku, pemasaran, dan pengembangan usaha berbasis mangrove secara bersama-sama. Kegiatan pengabdian berikutnya juga perlu dilengkapi dengan evaluasi dampak ekonomi jangka panjang melalui pengukuran peningkatan penjualan, pendapatan, jumlah pelanggan, dan keberlanjutan usaha. Dokumentasi hasil pre-test dan post-test juga perlu dilakukan secara lebih sistematis agar persentase peningkatan hard skill dan soft skill peserta dapat diukur secara lebih akurat. Selanjutnya, pengembangan program dapat diarahkan pada integrasi bisnis produk mangrove dengan ekowisata pesisir Betahwalang sehingga produk olahan mangrove tidak hanya dipasarkan sebagai produk lokal, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi produk unggulan dan oleh-oleh khas daerah. Melalui pengembangan tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan dapat membentuk ekosistem ekonomi pesisir yang lebih inovatif, mandiri, berkelanjutan, serta tetap mendukung upaya konservasi mangrove.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Diponegoro (UNDIP) yang telah memberikan dukungan dan kontribusi terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Diponegoro atas dukungan, fasilitasi, dan koordinasi dalam pelaksanaan kegiatan. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada Pemerintah Desa Betahwalang, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, serta seluruh mitra dan masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak tersebut telah memberikan kontribusi penting terhadap kelancaran dan keberhasilan program pengembangan bisnis inovatif berbasis mangrove sebagai upaya peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] K. Bimrah, R. Dasgupta, S. Hashimoto, I. Saizen, and S. Dhyani, “Ecosystem services of mangroves: A systematic review and synthesis of contemporary scientific literature,” Sustainability, vol. 14, no. 19, p. 12051, 2022, doi: 10.3390/su141912051.

[2] E. Sungkawati and J. Umali, “Blue carbon and food security: A systematic review of mangrove ecosystem services for SDG 13 (Climate Action) and SDG 2 (Zero Hunger),” Assyfa Journal of Farming and Agriculture, vol. 2, no. 1, pp. 40–50, 2024, doi: 10.61650/ajfa.v2i1.871.

[3] C. E. Lovelock, E. Barbier, and C. M. Duarte, “Tackling the mangrove restoration challenge,” PLOS Biology, vol. 20, no. 10, p. e3001836, 2022, doi: 10.1371/journal.pbio.3001836.

[4] K. M. Lukman, J. M. D. Quevedo, H. Rifai, L. O. Alifatri, Y. I. Ulumuddin, Y. Sofue, Y. Uchiyama, and R. Kohsaka, “Mangrove forest food products as alternative livelihood measures: Mangrove conservation by community in Muara Gembong, Bekasi Regency, Indonesia,” Discover Sustainability, vol. 6, p. 237, 2025, doi: 10.1007/s43621-025-01049-4.

[5] B. P. Nyangoko, H. Berg, M. M. Mangora, M. Gullström, and M. S. Shalli, “Community perceptions of mangrove ecosystem services and their determinants in the Rufiji Delta, Tanzania,” Sustainability, vol. 13, no. 1, p. 63, 2021, doi: 10.3390/su13010063.

[6] A. N. Paskual, H. W. Adda, and J. Nurdin, “Financial management of MSMEs (mangrove) in Enu Village, Sindue District, Donggala Regency,” Sasambo: Journal of Community Service, vol. 5, no. 1, pp. 173–183, 2023, doi: 10.36312/sasambo.v5i1.1110.

[7] I. N. T. Sutaguna, S. Rijal, C. H. Sumerli, G. Razali, and M. Yusuf, “Micro, small, and medium enterprises’ digital marketing strategy in Cimekar Village, Bandung Regency,” Brilliant International Journal of Management and Tourism, vol. 3, no. 1, pp. 184–197, 2023, doi: 10.55606/bijmt.v3i1.1287.

[8] B. Bidasari, S. Sahrir, G. Goso, and R. S. Hamid, "The role of financial literacy and digital literacy in improving MSME performance," Owner: Research & Accounting Journal, vol. 7, no. 2, pp. 1635–1645, 2023, doi: 10.33395/owner.v7i2.1404.

[9] N. C. Sakti, R. Sulistyowati, R. N. A. Wulandari, E. I. Nurlaili, and B. S. Narmaditya, "The influence of financial and digital literacy on SMEs productivity in Indonesia: The mediating role of marketing intensity," Journal of Small Business Strategy, vol. 35, no. 3, pp. 96–105, 2025, doi: 10.53703/001c.137822.

[10] K. M. Lukman, J. M. D. Quevedo, H. Rifai, L. O. Alifatri, Y. I. Ulumuddin, Y. Sofue, Y. Uchiyama, and R. Kohsaka, "Mangrove forest food products as alternative livelihood measures: Mangrove conservation by community in Muara Gembong, Bekasi Regency, Indonesia," Discover Sustainability, vol. 6, p. 237, 2025, doi: 10.1007/s43621-025-01049-4.

[11] Y. A. P. Widodo and L. Faiqiyah, "Diversification of mangrove fruit into hygienic juice products through community empowerment," Journal Abdi Masyarakat, 2026, doi: 10.63604/yz041043.

[12] B. Budijono, R. M. Putra, M. Fauzi, E. Prianto, and A. Hendrizal, "Pengembangan branding produk olahan mangrove melalui pemanfaatan website," BERBAKTI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, vol. 2, no. 3, 2024, doi: 10.30822/berbakti.v2i3.3741.

[13] T. D. Ariyanti, I. R. Katuruni, R. N. Praptiwi, S. I. Untari, N. Hasyim, K. Lukitaningrum, M. N. Istia, A. Rahmawati, and M. J. Al Bakri, "Digital transformation of SMEs: Leveraging social media to market mangrove-based products," Community Empowerment, vol. 9, no. 11, pp. 1733–1743, 2024, doi: 10.31603/ce.12191.

[14] M. R. N. Handy, S. Syaharuddin, I. Rajiani, M. A. Hidayat Putra, R. P. Pradana, and R. Nurqomah, "Digital marketing training to increase the marketing of MSME products in the Banua Anyar Village," Community Empowerment, vol. 9, no. 6, pp. 869–876, 2024, doi: 10.31603/ce.9341.

[15] O. Muttaqien et al., "Efektivitas pelatihan digital marketing terhadap peningkatan pengetahuan dan adopsi teknologi pada UMKM Desa Cigugur," Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat, 2025.

[16] A. L. Haziroh, D. Prawitasari, F. I. F. S. Putra, A. K. Ulfa, Q. Maharani, N. Rohadatul, and N. A. Vizano, "Conservation as foundation, destination as the future: Transforming mangrove ecotourism in Tapak Semarang through community empowerment and innovation," Jurnal Pengabdian UNDIKMA, vol. 7, no. 2, 2026, doi: 10.33394/jpu.v7i2.19601.