

PEMBERDAYAAN KOMUNITAS PERIKANAN MELALUI EDUKASI PENGOLAHAN IKAN DAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS POTENSI LOKAL

Yang Gusti Feriyanti

Universitas Dian Nusantara (UNDIRA) Jakarta

yanggoe5@gmail.com

Agna Su'da Wasalma

Universitas Banten Jaya

agnasuda547@gmail.com

Berton James Wally

Universitas Ottow Geissler Papua (UOGP) Jayapura

bertonjames@gmail.com

Putriana Sari Sirait

Universitas Riau

putrianasari@lecturer.unri.ac.id

Article History:

Received: Januari 30, 2026;

Accepted: Pebruari 16, 2026;

Published: Maret 02, 2026;

Abstract. This community service program aims to strengthen the capacity of fishing communities through education on fish processing and local-based marketing. The initiative was motivated by the limited processing skills among fishers, which result in the sale of fresh fish at low prices. Field observations revealed that coastal communities possess traditional knowledge in fish processing, such as drying and smoking, but these techniques have not yet been adapted to meet modern market demands. The program employed a participatory approach involving fishers, housewives, and coastal youth. Activities included mapping local potentials, training on diversified fish products (e.g., fish floss, crackers, nuggets), and education on marketing strategies through both digital platforms and traditional markets. The training integrated local wisdom, such as traditional methods for maintaining fish quality, facilitating the adoption of innovations by the community. Results indicate a significant improvement in fish processing skills, evidenced by the creation of new market-ready products. Additionally, cooperative groups were established that utilize social media to market their products while preserving local identity. This program demonstrates that integrating traditional knowledge with modern innovation can enhance the economic independence of fishing communities and achieve culturally-based empowerment.

Keywords:

*Empowerment, Fisheries,
Fish Processing, Local
Marketing, Traditional
Knowledge*

Abstrak. Program pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas komunitas perikanan melalui edukasi pengolahan ikan dan pemasaran berbasis lokal. Latar belakang kegiatan didasari oleh rendahnya keterampilan pengolahan hasil tangkapan yang membuat nelayan hanya menjual ikan dalam bentuk segar dengan harga rendah. Observasi lapangan menunjukkan bahwa masyarakat pesisir sebenarnya memiliki pengetahuan tradisional dalam mengolah ikan, seperti pengeringan dan pengasapan, tetapi teknik ini belum

dimodifikasi sesuai kebutuhan pasar modern. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan nelayan, ibu rumah tangga, dan pemuda pesisir. Tahapan kegiatan meliputi pemetaan potensi lokal, pelatihan diversifikasi produk olahan ikan (abon, kerupuk, nugget), serta edukasi strategi pemasaran berbasis digital dan pasar tradisional. Materi dikaitkan dengan kearifan lokal, seperti cara tradisional menjaga kualitas ikan, sehingga masyarakat merasa lebih dekat dan mudah menerapkan inovasi. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan keterampilan pengolahan yang signifikan, ditandai dengan lahirnya produk olahan baru yang siap dipasarkan. Selain itu, terbentuk kelompok usaha bersama yang memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk, sekaligus menjaga identitas lokal. Program ini membuktikan bahwa integrasi pengetahuan tradisional dengan inovasi modern mampu memperkuat kemandirian ekonomi komunitas perikanan dan mewujudkan pemberdayaan berbasis budaya lokal.

A. PENDAHULUAN

Kota Sibolga dikenal sebagai salah satu sentra perikanan di pantai barat Sumatera Utara dengan potensi hasil laut yang melimpah. Namun, observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar nelayan masih menjual hasil tangkapan dalam bentuk segar dengan harga relatif rendah. Kondisi ini menyebabkan pendapatan nelayan tidak stabil, terutama saat musim paceklik atau ketika harga ikan turun drastis di pasaran. Situasi tersebut memperlihatkan perlunya strategi peningkatan kapasitas melalui pengolahan dan pemasaran berbasis local (Sukmana & Jufri, 2024).

Meskipun masyarakat Sibolga memiliki tradisi panjang dalam mengolah ikan, seperti pengeringan, pengasapan, dan pembuatan ikan asin, praktik tersebut masih bersifat tradisional. Proses produksi sering kali belum memenuhi standar higienitas dan pengemasan modern, sehingga produk kurang mampu bersaing di pasar yang lebih luas (Putalan et al., 2023). Hal ini menjadi kendala utama dalam mengembangkan nilai tambah hasil tangkapan yang sebenarnya memiliki potensi ekonomi tinggi.

Permasalahan lain yang muncul adalah keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang diversifikasi produk olahan ikan. Sebagian besar nelayan dan keluarga mereka belum mengenal inovasi produk seperti nugget ikan, kerupuk ikan, atau abon ikan yang memiliki daya tarik lebih besar bagi konsumen urban (Rahayu et al., 2025). Minimnya pelatihan membuat

masyarakat hanya mengandalkan metode lama tanpa melakukan adaptasi terhadap permintaan pasar modern.

Dari sisi pemasaran, masyarakat pesisir Sibolga masih mengandalkan sistem tradisional dengan menjual hasil tangkapan di pasar lokal. Minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital membuat akses pasar mereka terbatas (Syofyan et al., 2025). Padahal, generasi muda Sibolga yang akrab dengan media sosial dapat dijadikan motor penggerak untuk memasarkan produk olahan ikan secara lebih luas. Keterbatasan ini menimbulkan kesenjangan antara potensi produksi dan akses pasar (Sriyati, 2025).

Keterlibatan perempuan dalam industri pengolahan ikan di Sibolga cukup dominan, namun peran mereka belum sepenuhnya dioptimalkan. Sebagian besar ibu rumah tangga hanya membantu dalam pengolahan tradisional tanpa mendapatkan pelatihan khusus. Padahal, jika diberikan pengetahuan tentang pengolahan higienis dan pengemasan menarik, perempuan dapat menjadi pelaku utama dalam usaha mikro yang berkontribusi pada ekonomi keluarga (Khatimah et al., 2025).

Selain itu, kelembagaan komunitas perikanan di Sibolga belum berjalan optimal. Kelompok usaha nelayan masih bersifat informal dan belum memiliki struktur yang kuat dalam mengelola produksi maupun pemasaran. Kurangnya koordinasi antaranggota membuat usaha kolektif sulit berkembang. Akibatnya, upaya pemberdayaan sering terhenti setelah program selesai karena tidak adanya kelembagaan yang berkelanjutan (Nasirin et al., n.d.).

Hasil wawancara dengan tokoh masyarakat menunjukkan bahwa kearifan lokal Sibolga, seperti tradisi gotong royong dalam melaut dan saling membantu dalam pengolahan ikan, mulai melemah seiring masuknya pola hidup individualistik. Padahal, nilai kolektivitas ini dapat dijadikan fondasi untuk membangun usaha bersama. Lemahnya praktik kearifan lokal membuat masyarakat kehilangan kekuatan sosial dalam menghadapi tantangan ekonomi modern. Masalah lainnya adalah keterbatasan sarana pendukung, terutama fasilitas penyimpanan dingin dan peralatan pengolahan modern. Nelayan kecil sulit mengakses teknologi karena keterbatasan modal (Waspodo

et al., 2024). Hal ini menyebabkan kualitas ikan cepat menurun sebelum diolah, sehingga menurunkan nilai jual produk. Minimnya sarana pendukung membuat usaha pengolahan ikan masih bersifat sederhana dan kurang kompetitif.

Permasalahan pemasaran juga terkait dengan kurangnya branding produk lokal Sibolga. Meskipun daerah ini dikenal sebagai kota ikan, produk olahan khasnya belum memiliki identitas yang kuat di pasar nasional (Salim et al., 2025). Tanpa strategi pemasaran yang berbasis identitas lokal, produk olahan ikan Sibolga sulit bersaing dengan produk dari daerah lain yang lebih terorganisir (Putri & Paembonan, 2025).

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunitas perikanan di Sibolga menghadapi tantangan multidimensi, baik dari aspek keterampilan pengolahan, akses pasar, maupun kelembagaan. Padahal, mereka memiliki potensi besar melalui kearifan lokal yang bisa direvitalisasi. Oleh karena itu, dibutuhkan model edukasi pengolahan ikan dan pemasaran berbasis lokal untuk memperkuat kapasitas masyarakat, meningkatkan daya saing produk, serta mewujudkan pemberdayaan ekonomi berbasis kearifan budaya pesisir Sibolga.

B. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif-lapangan, di mana masyarakat nelayan Sibolga dilibatkan secara aktif mulai dari perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Tahap awal dilakukan pemetaan potensi dan masalah, melalui observasi, wawancara mendalam, dan diskusi kelompok terarah (FGD) bersama nelayan, ibu rumah tangga, pemuda pesisir, serta tokoh adat. Pemetaan ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik kearifan lokal, seperti tradisi pengeringan, pengasapan, dan gotong royong dalam pengolahan ikan yang telah diwariskan secara turun-temurun.

Tahap berikutnya adalah perancangan program pelatihan yang memadukan teknik modern dengan kearifan lokal. Masyarakat diberikan edukasi tentang diversifikasi produk olahan ikan (abon, kerupuk, nugget)

dengan tetap menjaga cita rasa khas Sibolga. Pelatihan juga mencakup aspek higienitas, pengemasan menarik, serta standar mutu agar produk siap bersaing di pasar lebih luas.

Tahap ketiga adalah strategi pemasaran berbasis lokal, yang dilakukan melalui simulasi pemasaran di pasar tradisional, pemanfaatan media sosial oleh kelompok pemuda, serta penguatan identitas produk dengan branding khas Sibolga. Untuk keberlanjutan, dibentuk kelompok usaha bersama yang mengelola produksi dan pemasaran secara kolektif dengan semangat gotong royong. Evaluasi dilakukan melalui observasi hasil produksi, wawancara peserta, dan analisis peningkatan pendapatan, sehingga diperoleh gambaran menyeluruh efektivitas pengabdian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Revitalisasi Pengetahuan Lokal dalam Pengolahan Ikan

Kegiatan awal pengabdian difokuskan pada revitalisasi pengetahuan lokal yang sudah lama berkembang di masyarakat Sibolga. Tradisi pengeringan dan pengasapan ikan yang diwariskan turun-temurun kembali diperkenalkan melalui forum diskusi dan praktik bersama. Observasi lapangan menunjukkan bahwa metode tradisional ini masih dijalankan sebagian kecil nelayan, tetapi kualitasnya belum konsisten karena keterbatasan pengetahuan teknis (Tuloli et al., 2025).

Dalam sesi pelatihan, fasilitator menggali pengalaman para nelayan senior mengenai cara menjaga kualitas ikan. Misalnya, penggunaan kayu tertentu untuk pengasapan yang memberi aroma khas dianggap sebagai identitas lokal Sibolga. Nilai kearifan ini kemudian diintegrasikan dengan prinsip higienitas modern agar hasil olahan memenuhi standar pasar lebih luas tanpa kehilangan cita rasa local (Sari et al., 2025). Peserta pelatihan juga diperkenalkan pada inovasi diversifikasi produk. Selain pengeringan dan pengasapan, mereka mempelajari cara membuat abon, kerupuk, dan nugget ikan dengan bahan baku hasil tangkapan lokal. Dengan demikian, nelayan tidak lagi hanya bergantung pada penjualan ikan segar, tetapi mulai memiliki produk olahan dengan nilai jual lebih tinggi. Hasil wawancara

menunjukkan antusiasme tinggi dari perempuan pesisir yang selama ini berperan dalam pengolahan ikan. Mereka merasa mendapatkan tambahan keterampilan yang bisa diaplikasikan langsung di rumah. Hal ini memperkuat kontribusi perempuan dalam meningkatkan ekonomi keluarga sekaligus menjaga keberlanjutan tradisi local (Ardana & Zulmi, 2025).

Generasi muda Sibolga juga dilibatkan sebagai penerus tradisi. Mereka diberikan pelatihan khusus mengenai bagaimana memadukan kearifan lokal dengan teknik modern, seperti penggunaan mesin penggiling dan pengering listrik. Dengan cara ini, pengetahuan tradisional tidak hanya diwariskan, tetapi juga dimodifikasi agar relevan dengan kebutuhan kontemporer. Proses pelatihan dilakukan secara partisipatif, di mana peserta saling bertukar pengalaman. Praktik ini memperlihatkan bahwa pengetahuan lokal bukan hanya simbol budaya, tetapi juga modal sosial yang memperkuat solidaritas komunitas (Arianto et al., 2025). Gotong royong dalam pelatihan menciptakan suasana kolaboratif yang memudahkan transfer pengetahuan.

Salah satu kendala yang diidentifikasi adalah keterbatasan sarana pengolahan modern. Namun, masyarakat memanfaatkan kreativitas lokal dengan mengadaptasi alat sederhana agar sesuai kebutuhan. Misalnya, drum bekas dimodifikasi menjadi alat pengasapan yang lebih efisien. Hal ini menunjukkan kemampuan adaptasi komunitas dalam memadukan tradisi dengan inovasi. Evaluasi menunjukkan bahwa setelah pelatihan, kualitas produk pengasapan meningkat, baik dari segi rasa maupun daya tahan. Produk ikan asap kini lebih diminati pembeli di pasar lokal karena lebih higienis dan beraroma khas (Polgan et al., 2025). Keberhasilan ini membuktikan bahwa revitalisasi kearifan lokal yang dipadukan dengan teknik modern mampu meningkatkan daya saing produk. Selain manfaat ekonomi, kegiatan ini juga memperkuat identitas budaya Sibolga sebagai kota ikan.

Masyarakat merasa bangga karena produk lokal mereka mulai diakui kembali. Identitas ini menjadi nilai tambah penting yang dapat digunakan

dalam strategi pemasaran di masa depan. Dengan demikian, revitalisasi pengetahuan lokal melalui pelatihan pengolahan ikan berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat sekaligus memperkuat budaya lokal. Hal ini menjadi fondasi penting untuk tahap selanjutnya, yaitu penguatan strategi pemasaran berbasis lokal.

2. Diversifikasi Produk dan Penguatan Peran Gender

Tahap kedua pengabdian difokuskan pada diversifikasi produk olahan ikan dan penguatan peran gender dalam komunitas perikanan. Perempuan yang selama ini hanya membantu pengolahan tradisional mulai dilibatkan secara aktif dalam pelatihan pembuatan produk inovatif. Hasilnya, mereka mampu menghasilkan variasi olahan seperti kerupuk ikan dan nugget ikan yang lebih sesuai dengan selera konsumen modern (Alwi & Gultom, 2024). Pelatihan juga menekankan pada aspek higienitas dan pengemasan. Dengan bimbingan fasilitator, perempuan diajarkan cara menggunakan plastik vakum dan label sederhana untuk meningkatkan daya tarik produk. Pengemasan yang menarik tidak hanya memperpanjang daya tahan produk, tetapi juga meningkatkan citra produk lokal di pasar.

Keterlibatan pemuda dalam inovasi juga sangat signifikan. Mereka lebih cepat menguasai teknik produksi baru dan membantu orang tua dalam proses pengolahan. Observasi memperlihatkan bahwa pemuda menjadi motor kreatif yang menggabungkan resep tradisional dengan selera modern, sehingga produk lebih variatif dan kompetitif. Hasil wawancara menunjukkan bahwa perempuan merasa lebih dihargai karena diberi ruang untuk berkontribusi dalam ekonomi keluarga. Sebagian ibu rumah tangga menyatakan bahwa keterampilan baru memberi mereka peluang membuka usaha kecil dari rumah (Risanti et al., 2020). Hal ini memperlihatkan bahwa edukasi berbasis gender inklusif mampu memperkuat kapasitas komunitas perikanan secara menyeluruh.

Diversifikasi produk juga membuka peluang akses pasar yang lebih luas. Produk olahan seperti abon dan kerupuk ikan memiliki daya tahan

lebih lama sehingga dapat dipasarkan ke luar Sibolga. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya mengandalkan pasar lokal, tetapi mulai merambah jaringan distribusi regional. Dari sisi kearifan lokal, resep tradisional tetap dijaga sebagai ciri khas produk. Misalnya, penggunaan bumbu lokal dalam abon ikan dipertahankan agar rasa otentik tetap terjaga. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi tidak menghilangkan tradisi, melainkan mengadaptasikannya agar lebih relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini.

Kegiatan ini juga mendorong lahirnya kelompok usaha bersama yang dikelola oleh perempuan. Mereka membentuk struktur sederhana dengan pembagian tugas mulai dari produksi, pengemasan, hingga pemasaran. Kelompok ini menjadi wadah kolektif yang memperkuat solidaritas sekaligus meningkatkan produktivitas komunitas. Permasalahan yang muncul adalah keterbatasan modal untuk memperluas skala produksi. Namun, masyarakat berinisiatif memanfaatkan dana bergulir dari koperasi nelayan (Fatimatuzzahro et al., 2025). Dengan semangat gotong royong, mereka mampu memulai usaha kecil meski dengan modal terbatas. Hal ini membuktikan bahwa penguatan peran gender dapat memicu kreativitas finansial komunitas.

Evaluasi menunjukkan bahwa 65% peserta pelatihan mulai memproduksi olahan ikan untuk dijual secara rutin. Produk tersebut mendapat respon positif dari konsumen, terutama karena rasa khas lokal yang dipertahankan. Data ini membuktikan bahwa diversifikasi produk berhasil meningkatkan nilai tambah ekonomi keluarga nelayan (Hidayat & Samsi, 2025). Secara keseluruhan, diversifikasi produk dan penguatan peran gender memberikan dampak signifikan terhadap kapasitas komunitas. Perempuan dan pemuda kini menjadi aktor penting dalam pengolahan ikan, sementara identitas lokal tetap terjaga. Hal ini menjadi modal utama untuk memperkuat strategi pemasaran berbasis lokal pada tahap berikutnya.

3. Strategi Pemasaran Berbasis Identitas Lokal Sibolga

Tahap ketiga pengabdian berfokus pada strategi pemasaran berbasis identitas lokal Sibolga. Branding produk dengan label “Olah Ikan Khas Sibolga” diperkenalkan sebagai upaya memperkuat daya tarik pasar. Identitas geografis ini dipilih karena Sibolga telah lama dikenal sebagai kota ikan, sehingga label tersebut mudah dikenali konsumen. Pelatihan pemasaran dilakukan dengan dua pendekatan: tradisional dan digital (Basriyani & Laia, 2026). Pasar tradisional tetap dimanfaatkan sebagai basis distribusi, sementara pemuda dilatih mengelola media sosial untuk promosi produk. Hasilnya, akun media sosial kelompok usaha bersama mulai aktif menampilkan produk dengan foto menarik dan narasi tentang cita rasa khas lokal.

Penggunaan identitas lokal terbukti efektif meningkatkan kepercayaan konsumen. Produk yang dikemas dengan label Sibolga mendapat respon lebih positif karena dianggap memiliki keunikan tersendiri. Hal ini memperlihatkan bahwa kearifan lokal bukan hanya nilai budaya, tetapi juga modal branding yang dapat meningkatkan daya saing produk (Febriansyah et al., 2025). Kelompok usaha bersama juga mulai menjalin kerjasama dengan toko oleh-oleh di Sibolga dan daerah sekitar. Produk seperti kerupuk ikan dan abon ikan dipasarkan sebagai oleh-oleh khas daerah. Kerjasama ini memperluas jaringan distribusi sekaligus memperkuat posisi produk lokal di pasar regional (Sukmana & Jufri, 2024).

Kendala utama dalam pemasaran digital adalah keterbatasan akses internet di beberapa wilayah pesisir. Namun, pemuda berinisiatif menggunakan jaringan di kota untuk memasarkan produk secara online. Strategi ini memperlihatkan bahwa semangat komunitas mampu mengatasi keterbatasan infrastruktur (Hutagalung & Revida, 2026). Selain promosi digital, pameran lokal juga dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk. Partisipasi masyarakat dalam festival kuliner Sibolga menjadi momentum penting untuk menampilkan hasil olahan mereka (Rahayu et al., 2025).

Produk olahan ikan mendapat apresiasi tinggi karena mengangkat kembali cita rasa tradisional dengan sentuhan modern (Sihite et al., 2025).

Evaluasi penjualan menunjukkan peningkatan pendapatan rata-rata 30% bagi peserta yang konsisten memasarkan produk. Produk dengan identitas khas Sibolga lebih cepat diterima konsumen dibandingkan produk tanpa label local (Putalan et al., 2023). Data ini menegaskan bahwa identitas budaya dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif. Perempuan berperan aktif dalam pemasaran tradisional, sementara pemuda lebih fokus pada promosi digital. Pembagian peran ini menciptakan sinergi yang memperkuat daya jangkau produk (Tanjung et al., 2025). Hal ini memperlihatkan bahwa pemasaran berbasis lokal dapat berjalan efektif jika melibatkan semua kelompok masyarakat.

Selain aspek ekonomi, pemasaran berbasis lokal juga memperkuat kebanggaan masyarakat terhadap identitas budaya mereka. Produk olahan ikan tidak hanya dipandang sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai simbol kebudayaan pesisir Sibolga (Yunita et al., 2022). Identitas ini semakin mengikat masyarakat dalam menjaga kualitas produk. Dengan demikian, strategi pemasaran berbasis identitas lokal berhasil meningkatkan daya saing produk olahan ikan Sibolga. Integrasi antara branding budaya, peran pemuda, dan penguatan peran perempuan menjadi faktor utama keberhasilan. Hal ini membuktikan bahwa kearifan lokal dapat dioptimalkan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berkelanjutan.

D. KESIMPULAN

Program pengabdian ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas komunitas perikanan melalui edukasi pengolahan ikan dan pemasaran berbasis lokal mampu memberikan dampak nyata bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat Sibolga. Revitalisasi pengetahuan tradisional seperti teknik pengeringan dan pengasapan berhasil diintegrasikan dengan prinsip higienitas modern sehingga produk menjadi lebih berkualitas dan bernilai jual tinggi. Diversifikasi produk, mulai dari abon, nugget, hingga

kerupuk ikan, memperluas pilihan usaha sekaligus membuka peluang pasar baru di tingkat regional.

Kegiatan ini juga memperlihatkan peran penting perempuan dan pemuda dalam mendukung keberhasilan program. Perempuan memperoleh keterampilan baru dalam pengolahan dan pengemasan produk, sementara pemuda berperan dalam promosi digital melalui media sosial. Sinergi antar kelompok ini memperkuat daya saing produk dan menciptakan ekosistem usaha yang inklusif.

Strategi pemasaran berbasis identitas lokal “Produk Khas Sibolga” terbukti efektif meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen. Peningkatan pendapatan rata-rata peserta menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya menguatkan aspek ekonomi, tetapi juga memperkokoh kebanggaan budaya masyarakat pesisir. Dengan demikian, integrasi kearifan lokal dan inovasi modern dapat menjadi model pemberdayaan berkelanjutan yang layak direplikasi di daerah pesisir lainnya.

REFERENSI

- Alwi, A. S., & Gultom, S. M. (2024). Analisis Determinan yang Mempengaruhi Minat berinvestasi Gen Z pada Green Sukuk. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7, 73–82. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/19553> %0Ahttps://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/download/19553/11325
- Ardana, T., & Zulmi, R. (2025). Pengelolaan Hasil Laut Berbasis Komunitas Nelayan di Pulau Sumbawa untuk Mendukung Pariwisata Kuliner Lokal. *UNITY: Journal of Community Service*, 1(2), 35–39.
- Arianto, B., Chatus, F., & Jikhan, C. (2025). Pendampingan UMKM Perikanan dalam Pengolahan Ikan Nila menjadi Produk Siap Konsumsi di Desa Kadubeureum. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 83–90.
- Basriyani, A., & Laia, M. (2026). Pengaruh Lokasi Usaha dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Keripik Sambal Ribka Kota Sibolga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 83–93.

- Fatimatuzzahro, A., Naila, K., Abdini, R., & Oktanajma, L. (2025). Strategi Sosialisasi Koperasi Desa Merah Putih untuk Pengembangan Ekonomi Lokal di Desa Warukidul Bersama Mahasiswa KKN UIN Gusdur. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA*, 3(7), 3492–3500.
- Febriansyah, A., Indra, A. P., & Anggraini, T. (2025). Analisis Literasi Keuangan dan Preferensi Masyarakat UMKM dan Nelayan Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Sibolga). *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 1227–1236. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1522>
- Hidayat, M. T., & Samsi, N. (2025). Pelatihan Calon Pengurus, Pengawas, dan Manajer Koperasi Merah Putih Desa Dlanggu, Mojokerto. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Hutagalung, J. S., & Revida, E. (2026). Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Berkelanjutan di Pulau Poncan Kota Sibolga. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 03(01), 1655–1672.
- Khatimah, H., Fadilah, F., & Khaerunnisa, E. (2025). Pemberdayaan Ibu PKK melalui Inovasi Olahan Ikan Menjadi Produk Sambel sebagai Strategi Penguatan UMKM dan Ekonomi Keluarga di Wilayah Pesisir. *DAYAKARYA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10.
- Nasirin, M. K., Zainul, M., & Arifin, M. (n.d.). Strategi Pembangunan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Al-Maab Jurnal Of Islamic Ekonomy*.
- Polgan, J. M., Wulandari, S., Abbas, S. A., Kreatif, I., & Inklusif, E. (2025). Strategi Penguatan UMKM Industri Kreatif untuk Mewujudkan Ekonomi Inklusif di Daerah Non-Metropolitan : Studi di Kab . Soppeng. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(Hidayat), 1373–1379.
- Putalan, R., Gobel, M. R., Erlansyah, & Supu, N. D. (2023). Pemanfaatan potensi perikanan desa melalui pelatihan pengolahan produk perikanan bagi masyarakat di desa dunu, kabupaten gorontalo utara. *Jat 4*, 4(1), 1–5.
- Putri, S., & Paembonan, R. E. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Produk Olahan : Pembuatan Tekwan Berbahan Dasar Ikan Tongkol Komo Community Empowerment through Processed Product Innovation : Making Tekwan from Tongkol Komo Fish. *Jurnal Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Undana*, 19(1), 66–75. <https://doi.org/10.35508/jpkmlppm>.
- Rahayu, S. P., Saputra, G. W., Edukasi, W., Perikanan, B., Kuliner, W., Local,

- B., Ekonomi, P., Desa, M., Desa, P., & Berkelanjutan, W. (2025). Peran Smart Fisheries Village Dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal Melalui Wisata Edukasi Dan Kuliner : Studi Kasus Kampung Nila Kawali. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, *11*, 915–924.
- Risanti, M. A., Alwyni, F. A., & Nadya, P. S. (2020). Peran Green Sukuk dalam Mewujudkan Pembangunan yang Berkelanjutan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, *1177*, 1–13.
- Salim, M. A., Wulansari, N., Hendrawan, A., & Prastowo, M. Y. (2025). Pendampingan Penerapan Minyak Ikan Sidat Serta Strategi Branding Inovatif Produk Berbasis Lokal. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(2), 197–207.
- Sari, B. B., Purwantoro, & Anwar, A. N. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Ikan Salai Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Desa Kepenuhan Hulu. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)*, *2*(1), 1638–1645.
- Sihite, T. H., Basriyani, A., Tri, Y., Panggabean, U., Gultom, H. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Washliyah, A. (2025). Edukasi dan Pendampingan UMKM Tempe Kuning Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Berbasis Digital di Kelurahan Pinang Sori. *Jumas : Jurnal Masyarakat*, *04*(1), 76–80.
- Sriyati, N. W. (2025). Pemberdayaan Komunitas Nelayan Melalui Usaha Ikan Olahan Ikan Laut Sebagai Sumber Penghasilan Berkelanjutan Di Desa Pengawisan Sekotong. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, *14*(2), 851–854.
- Sukmana, O., & Jufri, M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Partisipasi dan Pemanfaatan Potensi Lokal dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Sosial. *Madaniya*, *5*(4), 1899–1910.
- Syofyan, A., Akbar, A., Al-Sadam, D., & Putra, G. D. A. (2025). Pemberdayaan Petani Ikan Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Pasir Jambak. *DEDIKASI : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(2).
- Tanjung, D. S., Vientiany, D., & Syafrizal, R. (2025). Pelatihan Marketing Digital dan Strategi Pemasaran Keripik Sambal Ikan Teri Kearifan Lokal dalam meningkatkan Kesejahteraan UMKM di Kelurahan Aek Parombunan Kecamatan Sibolga Selatan. *Wahana Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(3).
- Tuloli, T. S., Paneo, M. A., & Jumantrin, N. F. (2025). Diversifikasi Olahan Ikan Tuna Menjadi Keripik Amplang Sebagai Upaya Intervensi Gizi dan

Pemberdayaan Komunitas Perikanan Melalui Edukasi Pengolahan Ikan Dan Strategi Pemasaran Berbasis Potensi Lokal | Yang Gusti Feriyanti, Agna Su'da Wasalma, Berton James Wally, Putriana Sari Sirait

Pencegahan Stunting di Desa Modelomo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Farmasi : Pharmacare Society*, 4, 144–154.

Waspodo, S., Fahlevi, M. F., Aulia, B., Ningrum, A., Tilla, R., Mawardiah, A., Huda, N., Majapahit, J., Mataram, N., & Barat, N. T. (2024). Pengembangan Ekonomi Biru Berbasis Hasil Laut Di Pulau Maringkik Melalui Edukasi Dan Pendampingan Pengolahan Ikan Tangkapan Nelayan. *Jurnal Wicara Desa*, 2, 190–200.

Yunita, T., Kurnia, H., Laela, I., & Nurayu, D. (2022). Membangun Identitas Lokal Dalam Era Globalisasi Untuk Melestarikan Budaya Dan Tradisi Yang Terancam Punah. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 2(2), 76–84.