

Penyuluhan Peningkatan Produktivitas dan Strategi Pemasaran Nelayan di Weru, Lamongan, Jawa Timur

**Syafril Mayu Dinata¹, Moh. Saiful Rahman Hamka², Aisyah Nur Nabila³, Ryzka
Arsalia⁴, Santi Febrianti⁵, Muhamad Rakif Panguale⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Syafril Mayu Dinata

E-mail: smayu@ppns.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses serta dampak dari kegiatan penyuluhan yang berfokus pada peningkatan produktivitas dan strategi pemasaran tepat guna bagi nelayan di Desa Weru, Lamongan. Komunitas nelayan di wilayah ini menghadapi tantangan klasik, yaitu ketergantungan tinggi pada penjualan ikan segar, fluktuasi harga yang ekstrem, dan dominasi tengkulak yang membatasi margin keuntungan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) melalui penyuluhan, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan pendampingan. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan informan kunci (ketua kelompok nelayan dan anggota), serta dokumentasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Sebelum penyuluhan, 90% nelayan hanya menjual hasil tangkapan dalam bentuk segar. Setelah penyuluhan, peserta mampu mengidentifikasi potensi diversifikasi produk (misalnya ikan asin premium, kerupuk ikan) dan memahami urgensi pengemasan (packing) yang higienis menggunakan hand sealer. Dalam aspek pemasaran, terjadi pergeseran pemahaman dari pemasaran tradisional (menunggu tengkulak) ke pemasaran proaktif menggunakan media sosial (WhatsApp Business dan Facebook Marketplace) sebagai sarana pemasaran digital sederhana namun efektif. Kegiatan ini berhasil memotivasi nelayan untuk beralih dari price taker menjadi price maker melalui inovasi produk dan pengemasan.

Kata kunci - pemasaran tepat guna, produktivitas nelayan, pengolahan ikan, ekonomi pesisir, Lamongan

Abstract

This study aims to describe and analyze the process and impact of counseling activities focused on improving productivity and appropriate marketing strategies for fishermen in Weru Village, Lamongan. The fishing community in this region faces classic challenges: high dependency on fresh fish sales, extreme price fluctuations, and the dominance of middlemen (tengkulak) who limit profit margins. The method used in this activity is descriptive qualitative with a Participatory Action Research (PAR) approach through counseling, focus group discussions (FGDs), and mentoring. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews with key informants (the fishing group leader and members), and documentation. The results showed a significant increase in participants' understanding and skills. Before the counseling, 90% of fishermen only sold their catch fresh. After the counseling, participants were able to identify product diversification potential (e.g., premium salted fish, fish crackers) and understand the urgency of hygienic packaging using a hand sealer. In marketing, a shift in understanding occurred from traditional marketing (waiting for middlemen) to proactive marketing using social media (WhatsApp Business and Facebook Marketplace) as simple yet effective digital marketing tools. This activity successfully motivated fishermen to shift from being price takers to price makers through product innovation and packaging.

Keywords - appropriate marketing, fishermen productivity, fish processing, coastal economy, Lamongan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Kabupaten Lamongan, yang terletak di pesisir utara Jawa Timur, dikenal memiliki potensi sumber daya perikanan tangkap yang cukup besar dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dan nasional, termasuk penyedia bahan baku industri pangan nasional, dan sebagai sumber mata pencaharian masyarakat (Sari dan Bangun, 2019 ; Ridlo dan Susilowati, 2018). Berdasarkan informasi dari Pemerintah daerah, Kabupaten Lamongan merupakan kabupaten penghasil produk perikanan terbesar di Jawa Timur (Martadwiprati & Rahmawati, 2013). Berdasarkan data dari Pemerintah Kabupaten Lamongan tahun 2021, produksi ikan pada tahun 2020 Kabupaten Lamongan sebesar 139.547,48 ton yang sebagian besar (85%) dijual dalam bentuk segar, sehingga harga produk persatuannya rendah (Pemerintah Kabupaten Lamongan, 2021). Salah satu wilayah dengan potensi hasil perikanan dan pengolahan ikan yang melimpah adalah Desa Weru, yang berada di Kecamatan Paciran. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 9.535 hektar dengan ketinggian 2 meter di atas permukaan laut dan suhu udara berkisar antara 28–36°C. Sebagai salah satu pusat pendaratan ikan (PPI) utama di Kecamatan Paciran, Desa Weru memiliki mayoritas penduduk yang bermata pencaharian sebagai nelayan tradisional yang menggantungkan hidupnya pada sumber daya laut yang melimpah.

Meski demikian, nelayan di Desa Weru menghadapi tantangan klasik yang sering dialami komunitas nelayan di Indonesia, yaitu rendahnya produktivitas pasca-tangkap. Mayoritas hasil tangkapan ikan dijual dalam bentuk segar tanpa pengolahan yang dapat meningkatkan nilai tambah, sehingga sangat rentan terhadap fluktuasi harga yang tajam terutama saat musim ikan melimpah. Kondisi ini sering kali menyebabkan kerugian, termasuk pembusukan ikan akibat penanganan pasca-panen yang kurang memadai. Ketika harga pasar turun drastis, nelayan sering kali mengalami kerugian, termasuk pembusukan ikan akibat penanganan pasca-panen yang tidak memadai. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Alimina et al., (2022) bahwa proses penurunan kualitas ikan terjadi selama proses penangkapan, penanganan di atas kapal, penyimpanan di palka, pembongkaran, dan perjalanan muatan ke unit pengolah/konsumen.

Selain itu, sistem pemasaran di wilayah Weru masih didominasi oleh mekanisme monopsoni, dimana nelayan bergantung pada pedagang perantara (tengkulak) yang memiliki akses lebih besar terhadap modal dan pasar. Situasi ini menempatkan nelayan sebagai *price taker*, yaitu penerima harga yang tidak memiliki daya tawar terhadap nilai jual hasil tangkapan. Pasar memiliki peran penting dalam pendistribusian barang dari produsen ke konsumen. Namun sifat produk perikanan yang mudah rusak dan busuk dalam pemasaran dan adanya hubungan patron-klien dengan pedagang pengumpul sehingga menyebabkan nelayan dalam posisi yang lemah dalam menentukan harga, sehingga nelayan menjadi *price taker* (Aufania et al., 2023). Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian Yamin et al., (2021) pada tingkat pedagang besar, saat menjual ikan cakalang ke perusahaan maka perannya hanya sebagai *price taker* sedangkan saat menjual ikan cakalang ke pedagang grosir, pengecer dan pedagang pengumpul antar kecamatan maka peran ialah *price maker*. Ketergantungan terhadap tengkulak memperkuat siklus ekonomi yang tidak berkelanjutan dan menghambat kemandirian finansial masyarakat nelayan. Sistem pinjaman tersebut, lebih menguntungkan para pemilik modal, karena kebanyakan nelayan tidak tahu yang berkaitan dengan harga ikan (Royandi, 2019).

Sebagai bentuk respons terhadap permasalahan tersebut, program penyuluhan dan pendampingan masyarakat nelayan yang berfokus pada peningkatan produktivitas, nilai tambah hasil tangkap, serta kemampuan adaptasi terhadap pasar modern dianggap sebagai langkah strategis yang mampu memberikan wawasan dan keterampilan praktis bagi nelayan di Desa Weru. Selain itu program tersebut merupakan bentuk upaya disengaja untuk memfasilitasi masyarakat lokal di dalam merencanakan, mengambil keputusan, dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki melalui *networking* dan *collective action* sehingga pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, sosial, dan ekologi (Totok & Poerwoko, 2012). Pemerintah juga memiliki peran penting

dalam menyediakan program-program pemberdayaan juga sangat penting dalam mendukung peningkatan kesejahteraan nelayan (Anam & Mas'ud, 2025).

Melalui pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi pesisir. Sinergi antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat menjadi kunci dalam menciptakan model pengelolaan perikanan tangkap yang berkelanjutan, berkeadilan, dan adaptif terhadap perubahan sosial ekonomi pesisir. Melalui pengolahan hasil, pengemasan yang higienis, serta pemanfaatan teknologi digital sederhana untuk pemasaran produk, nelayan dapat meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing hasil tangkapnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan secara komprehensif proses dan dampak kegiatan penyuluhan terhadap perubahan pemahaman dan keterampilan masyarakat nelayan setelah mengikuti kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggambarkan fenomena sosial secara mendalam dan memberikan konteks realistik terhadap hasil yang diperoleh di lapangan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Fokus penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan. Dalam konteks ini, penelitian bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan proses adopsi pengetahuan baru (produktivitas dan pemasaran) oleh nelayan di Desa Weru sebagai hasil dari intervensi berupa penyuluhan.

a. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan penyuluhan dan pengumpulan data penelitian dilaksanakan di Desa Weru, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih secara purposive karena Desa Weru merupakan salah satu sentra nelayan tradisional di Lamongan yang teridentifikasi masih memiliki ketergantungan tinggi pada tengkulak dan minim diversifikasi produk. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Agustus 2025.

b. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian (mitra) adalah Kelompok Nelayan "Mina Jaya Weru" yang beranggotakan 25 nelayan aktif dan istri nelayan. Istri nelayan dilibatkan secara khusus karena mereka memegang peran sentral dalam aktivitas pengolahan pasca-tangkap di rumah. Objek penelitian adalah keseluruhan proses dan dampak dari kegiatan penyuluhan, mencakup perubahan mindset (pola pikir), *knowledge* (pengetahuan), dan *skill* (keterampilan) terkait produktivitas dan pemasaran.

c. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan tiga teknik utama untuk menjamin triangulasi dan kedalaman data:

1. Observasi Partisipatif (*Participant Observation*): Peneliti terlibat langsung dalam aktivitas sehari-hari nelayan sebelum penyuluhan (untuk memahami kondisi awal) dan selama proses penyuluhan serta pendampingan. Observasi difokuskan pada cara kerja, proses penanganan ikan, dan interaksi nelayan dengan tengkulak.
2. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*): Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan informan kunci (*key informants*), yang terdiri dari Ketua Kelompok Nelayan, 5 anggota nelayan senior, dan 3 istri nelayan yang dianggap proaktif. Wawancara menggali persepsi mereka tentang masalah yang dihadapi, kebutuhan mereka, dan respons mereka terhadap materi penyuluhan.
3. Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion - FGD*): FGD dilaksanakan saat sesi penyuluhan untuk memetakan masalah bersama (identifikasi kebutuhan) dan mengevaluasi pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.
4. Dokumentasi: Mengambil foto dan video selama proses kegiatan, serta mengumpulkan catatan terkait harga jual ikan sebelum dan sesudah intervensi.

Metode Pelaksanaan Kegiatan (Penyuluhan)

Kegiatan ini mengadopsi model *Participatory Action Research (PAR)*, di mana nelayan tidak dianggap sebagai objek, tetapi sebagai subjek yang aktif berpartisipasi dalam menemukan solusi. Tahapan kegiatan meliputi:

1. Tahap 1: Sosialisasi dan Asesmen Kebutuhan (*Needs Assessment*): Melakukan observasi awal dan FGD untuk mengidentifikasi masalah prioritas yang dirasakan nelayan.
2. Tahap 2: Pelaksanaan Penyuluhan dan Pelatihan: Pemberian materi dalam dua sesi utama: (a) sesi produktivitas (diversifikasi produk, penanganan higienis, penggunaan bahan alami), dan (b) sesi pemasaran (pengemasan/packing, branding sederhana, pemasaran digital tepat guna).
3. Tahap 3: Pendampingan dan Evaluasi: Peneliti mendampingi 3-5 nelayan/istri nelayan yang bersedia mencoba mempraktikkan pengolahan dan pengemasan baru. Evaluasi dilakukan melalui wawancara pasca-kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Awal: Ketergantungan dan Ketiadaan Nilai Tambah

Sebelum dilakukan intervensi penyuluhan, kondisi Kelompok Nelayan "Mina Jaya Weru" sangat relevan dengan permasalahan klasik ekonomi pesisir. Observasi partisipatif dan wawancara awal (asesmen kebutuhan) mengidentifikasi beberapa temuan krusial.

Temuan pertama adalah ketergantungan absolut pada penjualan produk segar. Seluruh (100%) informan yang merupakan anggota kelompok (25 nelayan) menyatakan bahwa 90% hingga 100% dari total hasil tangkapan mereka dijual langsung dalam bentuk ikan segar. Tidak ditemukan adanya aktivitas diversifikasi produk yang signifikan di tingkat kelompok. Hal ini sejalan dengan penelitian

Temuan kedua adalah sistem pemasaran yang terpusat dan sangat tradisional. Pemasaran sepenuhnya bergantung pada 2-3 tengkulak (pedagang perantara) besar yang menguasai jaringan di TPI (Tempat Pelelangan Ikan) atau yang datang langsung ke rumah-rumah nelayan. Kondisi ini menempatkan nelayan pada posisi *price taker* (penerima harga) yang lemah, tanpa kekuatan tawar-menawar. Hal ini ditegaskan oleh Bapak S (45, Ketua Kelompok Nelayan) dalam wawancara: "Ya kita nurut saja, Mas. Harga hari ini berapa, ya kita terima. Kalau lagi banjir ikan (musim panen), harga ikan Kembung bisa jatuh sekali. Mau disimpan ya tidak ada alat, dijual rugi ya tetap harus dijual daripada busuk." Kutipan ini mengilustrasikan ketidakberdayaan nelayan dalam menghadapi fluktuasi harga dan ketiadaan teknologi pasca-panen.

Temuan ketiga adalah minimnya pengetahuan (*awareness*) mengenai pemasaran modern dan fungsi pengemasan. Ikan segar hanya ditaruh di keranjang atau ember. Jikapun ada yang mengolah (misalnya ikan asin untuk konsumsi pribadi atau dijual terbatas), produk tersebut hanya dibungkus plastik kresek seadanya. Nelayan belum memahami bahwa kemasan dapat meningkatkan nilai jual.

B. Proses Intervensi: Peningkatan Produktivitas Melalui Pengolahan Higienis

Menjawab permasalahan di atas, intervensi penyuluhan difokuskan pada dua pilar: produktivitas (pengolahan) dan pemasaran (pengemasan). Kegiatan penyuluhan dan demonstrasi yang dihadiri 25 peserta (nelayan dan istri nelayan) menunjukkan antusiasme tinggi. Dalam sesi produktivitas, fokus utama adalah menggeser paradigma dari menjual bahan mentah (ikan segar) menjadi produk olahan bernilai tambah. Kami mendemonstrasikan proses pembuatan "Ikan Asin Kering Higienis" dan "Kerupuk Ikan". Pembahasan pada aspek ini ditekankan pada proses pembuatan yang berbeda dari kebiasaan. Jika sebelumnya ikan asin dijemur di tempat terbuka yang rentan kontaminasi debu dan lalat, metode yang diajarkan menekankan higienitas. Ikan dibersihkan, direndam larutan garam jenuh, dan dikeringkan menggunakan rak pengering tertutup (*paranet*) atau solar dryer sederhana. Proses ini terbukti tidak hanya menjaga kebersihan produk (bebas kontaminan) tetapi juga menghasilkan kualitas ikan asin premium dengan warna lebih cerah dan tekstur lebih baik, yang memungkinkan ditetapkannya harga jual yang lebih tinggi.

Selain proses, penekanan juga diberikan pada penggunaan bahan alami. Edukasi mengenai bahaya formalin dan bahan pengawet kimia berbahaya lainnya menjadi poin krusial. Kami menegaskan bahwa garam adalah pengawet alami terbaik. Teknik penggaraman yang tepat (kombinasi penggaraman kering dan basah) diajarkan untuk menghasilkan produk awet tanpa bahan tambahan. Temuan menarik selama FGD, para istri nelayan (yang berperan sentral dalam pengolahan) mulai menyadari potensi ekonomi dari ikan by-catch atau ikan sisa. "Ternyata ikan-ikan kecil yang biasanya cuma laku murah sekali buat pakan itu, bisa ya Mas, dibuat kerupuk. Kalau jadi kerupuk kan harganya bisa [naik] 10 kali lipat." (Ibu W, 40, Istri Nelayan). Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan berhasil membuka wawasan baru terkait optimalisasi sumber daya (produktivitas) yang selama ini terbuang atau bernilai rendah.

C. Pemasaran Tepat Guna: Peran Vital Pengemasan (Packing) dan Digitalisasi Sederhana

Peningkatan kualitas produktivitas tidak akan berdampak signifikan tanpa diimbangi strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, bagian kedua intervensi berfokus pada pemasaran, khususnya pengemasan dan metode penjualan.

1) Cara Packing (Pengemasan) sebagai "Pemasar Bisu"

Kami memperkenalkan konsep bahwa "kemasan adalah penjual yang diam" (*silent salesman*). Kondisi awal, aspek ini diabaikan total. Intervensi yang dilakukan adalah pelatihan pengemasan tepat guna.

Pertama, pemilihan bahan. Kami mendemonstrasikan penggunaan plastik *Polyethylene (PE)* atau *Polypropylene (PP)* yang *food grade* dan transparan, agar produk olahan (ikan asin/kerupuk) dapat terlihat jelas oleh konsumen, yang dapat meningkatkan kepercayaan.

Kedua, pengenalan teknologi tepat guna. Ini adalah inti dari perubahan. Kami mendemonstrasikan penggunaan *Hand Sealer*. Alat ini dipilih karena sangat "tepat guna": harganya murah (sekitar Rp 150.000 - Rp 200.000), mudah dioperasikan, dan hemat listrik. *Hand sealer*, nelayan dapat menyegel kemasan plastik secara kedap udara.

Pembahasan dari temuan ini adalah, *hand sealer* memberikan manfaat ganda yang langsung dirasakan. Secara fungsional, kemasan tersegel melindungi produk dari kontaminasi dan kelembapan, sehingga memperpanjang umur simpan. Secara pemasaran, kemasan yang rapi dan tersegel secara instan meningkatkan nilai estetika dan persepsi kualitas.

Ketiga, labeling. Kami juga mengajarkan cara membuat label/stiker sederhana (dicetak biasa) yang memuat nama produk (misal: "Kerupuk Ikan Mina Jaya Weru"), lokasi produksi (Lamongan), dan nomor kontak (WhatsApp).

Respons peserta terhadap sesi pengemasan ini sangat positif. Perubahan dari "plastik kresek" menjadi "kemasan bersegel + label" adalah sebuah lompatan paradigma. Hal ini diungkapkan oleh Ibu R (38, Istri Nelayan) pasca-pelatihan:

"Ternyata kalau dibungkus rapi pakai segel (*hand sealer*) dan dikasih stiker nama 'Ikan Asin Weru', kelihatannya jadi mahal ya, Mas. Beda sekali sama yang di plastik kresek. Saya mau coba ini." Kutipan ini mengkonfirmasi temuan dari berbagai studi menunjukkan bahwa teknologi tepat guna dalam pengolahan, pengemasan dan pemasaran produk perikanan dapat meningkatkan daya saing produk dan pendapatan pelaku UMKM (Attahmid et al., 2019; Nugraheni et al., 2020; Rihayat et al., 2022; Sukendi et al., 2021).

2) Metode Pemasaran: dari Pasif Menunggu Tengkulak ke Proaktif Menjual

Strategi pemasaran yang diajarkan difokuskan untuk memotong rantai tengkulak dan memungkinkan nelayan menjangkau konsumen akhir secara langsung.

a) Pemasaran *Offline* (Diversifikasi Saluran): Nelayan didorong untuk tidak lagi pasif menunggu tengkulak. Produk olahan yang sudah dikemas dengan baik disarankan untuk didistribusikan melalui saluran baru, seperti:

- Menitipkan ke toko oleh-oleh di sekitar area wisata (misal: WBL Lamongan).
- Menitipkan ke warung makan atau restoran lokal.

- Menjual di pasar desa tetangga atau saat event lokal.
- b) Pemasaran *Online* Tepat Guna (Digital Sederhana): Menyadari keterbatasan sumber daya, pemasaran digital yang diajarkan adalah yang paling dasar, murah, namun efektif.
 - *WhatsApp (WA) Business*: Ini diidentifikasi sebagai alat terkuat dan paling tepat guna. Hampir semua nelayan atau anggota keluarganya memiliki smartphone dan akrab dengan WhatsApp. Mereka diajarkan menginstal WA Business, membuat katalog produk sederhana (foto produk olahan yang sudah dikemas rapi), dan yang terpenting, mempromosikannya melalui "Status WA". Jaringan pertemanan dan keluarga adalah pasar pertama yang paling potensial dan mudah dijangkau.
 - *Facebook Marketplace*: Sebagai langkah kedua, nelayan diajarkan mengunggah foto produk di *Facebook Marketplace* dengan menargetkan lokasi terdekat seperti "Lamongan", "Gresik", atau "Surabaya" untuk menjangkau pembeli lokal yang lebih luas.

Metode ini, khususnya *WhatsApp*, mengubah total metode pemasaran mereka. Dari yang sebelumnya pasif dan tidak melakukan promosi, kini mereka bisa aktif menawarkan produk setiap hari dengan biaya nol.

D. Sintesis Temuan dan Pembahasan

Hasil penelitian dan pembahasan di lapangan ini menunjukkan adanya korelasi kuat antara produktivitas dan pemasaran. Kegiatan penyuluhan ini bertindak sebagai katalisator yang berhasil menghubungkan keduanya.

Temuan di Weru mengkonfirmasi relevansi *Marketing Mix* (4P) sederhana bagi ekonomi nelayan:

1. *Product*: Terjadi transformasi dari ikan segar (komoditas) menjadi olahan higienis (ikan asin premium, kerupuk) dengan bahan alami.
2. *Price*: Dengan produk yang unik dan berkualitas, nelayan berpotensi beralih dari *price taker* menjadi *price maker*, menetapkan harga mereka sendiri yang tidak lagi terikat oleh tengkulak.
3. *Place*: Saluran distribusi (tempat) diperluas dari "hanya tengkulak" menjadi beragam saluran baru: "WA, Facebook, toko oleh-oleh, dan pasar lokal".
4. *Promotion*: Aktivitas promosi berubah dari "nol" (pasif) menjadi "aktif" melalui Status WA dan kekuatan "kemasan" (*packing*) yang menarik.

Evaluasi pasca-kegiatan menunjukkan bahwa 5 dari 25 peserta menyatakan minat serius untuk membeli hand sealer secara kolektif dan mulai mencoba memasarkan produk melalui status WhatsApp mereka. Ini adalah indikator awal yang kuat bahwa proses adopsi inovasi telah dimulai. Penyuluhan ini berhasil menanamkan mindset baru bahwa untuk meningkatkan pendapatan, mereka tidak hanya harus bekerja keras (mencari ikan), tetapi juga bekerja cerdas (mengolah dan memasarkan).

KESIMPULAN

Penyuluhan partisipatif (FGD dan demo) terbukti efektif mengatasi ketergantungan nelayan Desa Weru pada penjualan ikan segar dan dominasi tengkulak. Intervensi ini berhasil mengubah pola pikir peserta dari *price taker* menjadi *price maker*, seiring tumbuhnya kesadaran akan nilai tambah ekonomi dari pengolahan higienis menggunakan bahan alami. Pengenalan teknologi tepat guna yang praktis dan berbiaya rendah, seperti hand sealer untuk pengemasan dan WhatsApp Business untuk pemasaran, diterima baik sebagai solusi aplikatif untuk memotong rantai distribusi tradisional.

Saran

Berdasarkan hasil riset yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan nelayan Desa Weru, Lamongan, disarankan untuk memperkuat pendampingan berkelanjutan dalam manajemen usaha dan diversifikasi produk, mendukung pengembangan inovasi produk olahan ikan dengan teknologi tepat guna, memperluas pemanfaatan pasar digital dengan branding yang kuat, serta menyediakan akses permodalan mikro dan pelatihan keuangan agar nelayan

dapat menjadi pelaku pasar yang mandiri dan berdaya saing tinggi. Monitoring berkala juga penting untuk memastikan keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari kegiatan penyuluhan tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Weru beserta jajarannya karena telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini. Tidak lupa, penulis juga berterima kasih kepada rekan-rekan dosen yang telah membantu dalam proses persiapan materi, dokumentasi, serta evaluasi kegiatan. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengolahan higienis dan pengenalan teknologi tepat guna yang praktis dan berbiaya rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimina, N., Asnani, Sara, L., Arami, H., & Mustafa, A. (2022). Pelatihan Penanganan Hasil Tangkapan Bagi Nelayan di Pelabuhan Perikanan Samudera Kendari. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(4), 382–387.
- Anam, M.K., dan Mas'ud, F. (2025). Pengaruh Pendapatan Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Weru, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribus*, 25(1), 102-110.
- Attahmid, N. F. U., Saleh, R., & Yusuf, M. (2019). Penerapan Teknologi Tepat Guna Dan Diversifikasi Pangan Pada UKM Olahan Ikan Bandeng di Desa Bulu Cindea Kecamatan Bungoro, Pangkep. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 517–528.
- Aufania, A.S., Rahayu, E.S., Handayani, S.M, (2023). Analisis Integrasi Pasar Ikan Cakalang (Katsuwonus Pelamis) Antar Nelayan dan Pedagang DKI Jakarta. *Agrista*, 11(3), 85-94.
- Martadwiprani, H., & Rahmawati, D. (2013). Content Analysis Dalam Identifikasi Karakteristik Ekonomi Masyarakat Pesisir Brondong, Kabupaten Lamongan. *Jurnal Teknik ITS*, 2(2), C129-C133.
- Nugraheni, M., Handayani, T. H. W., Utama, A., & Marwanto, A. (2020). Peningkata kualitas dan kapasitas produk olahan berbasis perikanan laut dengan teknologi tepat guna. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 87–94.
- Pemerintah Kabupaten Lamongan, 2021. Inovasi Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan "PANDU SISKAMAYA". <https://lamongankab.go.id/beranda/perikanan/post/1549> (Diakses 3 Oktober 2023).
- Ridlo, A.R., & Susilowati, D. (2018). Analisis Sektor Pertanian, Kehutanan, Perikanan Terhadap PDRB di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 14-25.
- Rihayat, T., Zukifli, Z., Amalia, Z., & Salmayah, S. (2022). Teknologi tepat guna autoclave untuk sterilisasi produk olahan ikan sebagai sarana modernisasi kuliner Aceh Desa Hagu Barat Laut Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe. *Proceeding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 6(1), A6–A11.
- Royandi, E. (2019). Kemiskinan Nelayan dan Keberlanjutan Sumberdaya Laut di Pelabuhanratu Jawa Barat Indonesia. *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial*, 1(1), 28-36.
- Sari, F.W.A.W., & Bangun R.H.B. (2019). Analisis Peranan Sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan Pada Perekonomian Kabupaten Deli Serdang. *Journal Agroland*, 26(3), 198–211.
- Sukendi, S., Thamrin, T., Putra, R. M., & Eddiwan, E. (2021). Teknologi pengolahan hasil perikanan menjadi produk makanan jajanan di Desa Sungai Geringging, Kecamatan Kampar Kiri, Kabupaten Kampar, Riau. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 3, 109–117.
- Totok, M & Poerwoko, S. (2012). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik. *Bandung:Alfabeta*.
- Yamin, F., Fariyanti, A., Jahroh, S. (2021). Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Ikan Cakalang Di Kabupaten Halmahera Selatan. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(2), 105-121