JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA
e-ISSN : 2987- 0135
Volume 4, No. 9, Tahun 2026
https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index

Labelisasi Produk, Ijin Usaha dan Pemasaran Digital pada Produk Olahan Perikanan di Tehoru, Maluku Tengah

Abdullah Sanduan[1], Ahmad Thariq[2], Ikhsan[3]
[1] *Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Ambon, Indonesia*
[2] *Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Ambon, Indonesia*
[3] *Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Ambon, Indonesia*

Received : 08 November 2026, Revised : 16 November 2026, Published : 23 November 2026

Corresponding Author
Nama Penulis: Abdullah Sanduan
E-mail: a.sanduan77@gmail.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pengolahan hasil perikanan di Negeri Tehoru dan Negeri Haya, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, memiliki potensi ekonomi melalui produk lokal seperti abon ikan, ikan asap, dan ikan asin. Namun, pengembangan usaha masih menghadapi kendala berupa kemasan sederhana, identitas merek yang belum kuat, keterbatasan legalitas produk, penentuan harga jual, dan pemasaran yang masih konvensional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kualitas kemasan dan identitas produk, memperkuat pengelolaan usaha, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui teknologi digital. Metode pelaksanaan dirancang secara partisipatif melalui persiapan, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM pengolahan hasil perikanan di Negeri Tehoru dan Negeri Haya. Hasil awal yang telah tersedia berupa rancangan desain label dan informasi produk, konsep katalog digital, serta rancangan media pemasaran berbasis perdagangan elektronik. Luaran kegiatan ditargetkan mencakup peningkatan keterampilan dalam pengemasan, penentuan harga jual, pengurusan legalitas usaha, dan pemasaran digital, serta publikasi ilmiah, hak kekayaan intelektual, publikasi media massa, dan video kegiatan. Pendekatan terpadu ini diharapkan menjadi model pemberdayaan berbasis potensi perikanan lokal untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk UMKM.
Kata kunci - *izin usaha, labelisasi produk, pemasaran digital, produk olahan perikanan, UMKM*

Abstract

Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) engaged in the processing of fishery products in the villages of Tehoru and Haya, Tehoru Subdistrict, Central Maluku Regency, hold economic potential through local products such as fish floss, smoked fish, and salted fish. However, business development still faces challenges in the form of simple packaging, weak brand identity, limited product legality, pricing issues, and marketing methods that remain conventional. This community service activity aims to improve packaging quality and product identity, strengthen business management, and expand marketing reach through digital technology. The implementation method is designed to be participatory, involving preparation, training, hands-on practice, mentoring, as well as monitoring and evaluation. The target participants were MSME operators in the fish processing sector in Tehoru and Haya villages. Initial results included label and product information designs, a digital catalog concept, and e-commerce-based marketing materials. The targeted outcomes of the activity included improved skills in packaging, pricing, business licensing, and digital marketing, as well as scientific publications, intellectual property rights, mass media coverage, and activity videos. This integrated approach was expected to

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

serve as a model for empowerment based on local fisheries potential to enhance the competitiveness and added value of SME products.

Keywords - *business licensing, digital marketing, product labeling, processed fishery products, SMEs*

How To Cite : *Sanduan, A., Thariq , A., & Ikhsan, I. (2026). Labelisasi Produk, Ijin Usaha dan Pemasaran Digital pada Produk Olahan Perikanan di Tehoru, Maluku Tengah. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 4(9), 5812 - 5822. https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i9.5574*

Copyright *©2026 Abdullah Sanduan, Ahmad Thariq, Ikhsan Ikhsan*

PENDAHULUAN

Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, memiliki potensi sumber daya perikanan yang dapat dikembangkan sebagai produk olahan bernilai tambah bagi masyarakat. Perikanan skala kecil memiliki kontribusi penting terhadap ketahanan pangan, pemenuhan gizi, penyediaan lapangan kerja, dan penghidupan masyarakat pesisir(Arthur et al., 2021; Basurto et al., 2025). Di Indonesia, pengembangan mata pencaharian berbasis perikanan skala kecil dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung dan penghambat, termasuk akses pasar, kelembagaan, kapasitas masyarakat, serta pengelolaan sumber daya (Stacey et al., 2021). Potensi tersebut telah dimanfaatkan oleh masyarakat Negeri Tehoru dan Negeri Haya melalui kegiatan pengolahan hasil perikanan. Berbagai jenis ikan, seperti tuna, komu, kawalinya, momar, dan rompong, menjadi sumber bahan baku yang berpotensi mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis pangan lokal. Kegiatan pengolahan hasil perikanan juga memiliki peran penting dalam rantai nilai perikanan karena dapat memperpanjang pemanfaatan hasil tangkapan, meningkatkan nilai ekonomi produk, dan mendukung ketersediaan pangan masyarakat (Allegretti et al., 2025; Gopal et al., 2023; Islam et al., 2026). Oleh karena itu, pengembangan UMKM pengolahan perikanan menjadi salah satu strategi yang relevan untuk meningkatkan nilai tambah sumber daya lokal sekaligus memperkuat perekonomian masyarakat pesisir. Berdasarkan kondisi existing yang didokumentasikan dalam proposal dan gambaran produk mitra, UMKM di Negeri Haya telah menghasilkan abon ikan tuna, ikan asap atau asar tuna, serta ikan asin cakalang dan tuna. Sementara itu, UMKM di Negeri Tehoru menghasilkan abon ikan cakalang dan ikan asap atau asar cakalang. Produk-produk tersebut menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki keterampilan dasar dalam mengolah hasil perikanan menjadi produk pangan yang memiliki nilai ekonomi. Namun, pengembangan usaha pengolahan ikan masih menghadapi tantangan, terutama dalam aspek pengelolaan produksi, kualitas produk, akses pasar, dan keberlanjutan usaha. Penelitian pada unit pengolahan ikan di Kabupaten Pinrang menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha pengolahan ikan berkaitan dengan keberlanjutan kelembagaan, ketersediaan input berkualitas, serta penerapan praktik pengolahan yang baik (Salman et al., 2020). Studi lainnya juga menunjukkan bahwa kemampuan UMKM pengolahan ikan untuk bertahan dan berkembang dipengaruhi oleh strategi pengelolaan usaha dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Karim et al., 2021). Sementara itu, penelitian pada kelompok usaha pengolahan hasil perikanan di wilayah lain di Indonesia memperlihatkan bahwa pengembangan usaha dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat apabila didukung oleh pemberdayaan dan penguatan kapasitas pelaku usaha (Nugroho, 2026; Nurhab & Fryanti, 2021). Dengan demikian, keberadaan produk olahan perikanan di Negeri Haya dan Negeri Tehoru perlu diikuti dengan peningkatan kapasitas pengelolaan usaha agar potensi yang tersedia dapat dikembangkan secara lebih optimal. Permasalahan lain yang dihadapi mitra berkaitan dengan kemasan dan identitas produk. Sebagian produk masih menggunakan plastik polos atau kemasan sederhana, sedangkan informasi produk dan identitas merek belum disajikan secara konsisten. Padahal, pengembangan produk pangan tidak hanya berkaitan dengan proses produksi, tetapi juga membutuhkan inovasi dan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan daya saing usaha. (Al-Hanakta et al., 2023) menunjukkan bahwa inovasi proses dan praktik ramah lingkungan memiliki

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

hubungan dengan kinerja UMKM pada sektor pengolahan pangan. (Reniati et al., 2026) juga menekankan pentingnya strategi hilirisasi, diversifikasi produk, pemasaran, dan branding dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan lokal. Selain itu, penciptaan nilai tambah melalui pengolahan produk perikanan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi usaha rumah tangga, sebagaimana ditunjukkan oleh (Maharani et al., 2026) dalam kajian mengenai produk olahan perikanan di Semarang. Dari perspektif pengembangan usaha kecil dan menengah, kemampuan inovasi dan kapabilitas dinamis juga berperan dalam membangun keunggulan kompetitif (Fabrizio et al., 2021). Oleh karena itu, perbaikan kemasan, penyusunan label, dan pembangunan identitas merek menjadi aspek penting agar produk olahan perikanan mitra memiliki tampilan yang lebih informatif, mudah dikenali, dan memiliki daya tarik bagi konsumen.

Selain aspek kemasan, mitra juga menghadapi keterbatasan dalam pemenuhan legalitas dan pengembangan pemasaran. Proposal mengidentifikasi bahwa mitra belum memiliki izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) maupun sertifikasi produk yang diperlukan sesuai karakteristik dan ketentuan yang berlaku. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan pemahaman mengenai persyaratan legalitas usaha dan keamanan pangan sebagai bagian dari kesiapan produk untuk memasuki pasar yang lebih luas. Pada aspek pemasaran, penjualan masih berorientasi pada pasar lokal dan dilakukan secara konvensional, sementara pemanfaatan media sosial, katalog digital, dan platform perdagangan elektronik (e-commerce) belum optimal. Keterbatasan akses pasar merupakan salah satu tantangan yang dihadapi usaha perikanan skala kecil, sehingga penguatan hubungan antara produsen, pelaku pemasaran, dan konsumen menjadi penting (Penca et al., 2021). Penelitian (Paramita et al., 2025) menunjukkan relevansi pengembangan strategi pemasaran produk olahan perikanan untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat pesisir. Pengelolaan rantai pasok juga berhubungan dengan kinerja dan daya saing industri pangan skala mikro (Untari & Satria, 2021), sedangkan integrasi model rantai pasok untuk produk pangan yang mudah rusak dapat membantu UMKM meningkatkan keunggulan kompetitif (Ubud & Putra, 2024). Pengembangan sistem pemasaran dan rantai nilai yang lebih baik juga perlu memperhatikan ketahanan usaha pangan lokal dalam menghadapi perubahan pasar (Dewi et al., 2024; Rochman et al., 2021). Dengan demikian, penguatan pemasaran digital perlu disertai peningkatan kemampuan pengelolaan usaha agar mitra tidak hanya mampu mempromosikan produk, tetapi juga mengelola penjualan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan 25 pelaku UMKM yang berasal dari Negeri Haya dan Negeri Tehoru, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah. Permasalahan mitra menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan usaha, pengembangan produk, dan pemanfaatan teknologi pemasaran. Penguatan kapasitas sumber daya manusia dan jejaring sosial merupakan faktor yang turut memengaruhi kinerja UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman (Fanani & Fitrayati, 2021). Selain itu, pengembangan usaha pangan skala kecil memerlukan strategi yang mampu menghubungkan proses produksi dengan kebutuhan pasar dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Dewi et al., 2024). Pengalaman pengembangan teknologi pengolahan hasil perikanan, seperti pengeringan berbasis energi surya, juga menunjukkan bahwa inovasi pascapanen dapat mendukung peningkatan kualitas produk, pengurangan kehilangan hasil, dan penguatan posisi pelaku usaha dalam rantai nilai (Eurich et al., 2026). Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pendampingan yang tidak hanya berorientasi pada pemberian materi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada mitra untuk mempraktikkan secara langsung penyusunan label, pengembangan kemasan, perhitungan biaya produksi, dan pemanfaatan media pemasaran digital.

Kebaruan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terletak pada penerapan model pendampingan terpadu yang mengintegrasikan empat aspek pemberdayaan UMKM, yaitu penguatan legalitas usaha dan perizinan PIRT, pelatihan penentuan harga jual, labelisasi dan branding produk, serta pengembangan pemasaran digital melalui katalog produk dan e-commerce. Pendekatan ini didasarkan pada pentingnya inovasi proses dan praktik pengembangan produk dalam meningkatkan

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

kinerja UMKM sektor pangan (Al-Hanakta et al., 2023), serta peran kapabilitas dinamis dalam membangun keunggulan kompetitif usaha (Fabrizio et al., 2021). Berbeda dengan kegiatan pengabdian terdahulu yang cenderung berfokus pada aspek tertentu, seperti perbaikan kemasan, pengurusan legalitas, atau promosi digital secara terpisah, kegiatan ini menghubungkan seluruh aspek tersebut dalam satu rangkaian pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM pengolahan hasil perikanan di Negeri Tehoru dan Negeri Haya. Pendekatan ini tidak hanya menekankan peningkatan tampilan dan daya tarik produk, tetapi juga memperhatikan kemampuan mitra dalam menghitung biaya produksi, menentukan harga jual, memahami persyaratan legalitas, dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pemasaran. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Keberhasilan program dievaluasi melalui pengukuran pengetahuan dan keterampilan mitra sebelum dan sesudah kegiatan, serta penilaian terhadap penerapan hasil pendampingan pada produk dan pengelolaan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan menghasilkan peningkatan kapasitas UMKM secara menyeluruh, mulai dari kesiapan produk dan legalitas hingga kemampuan pemasaran, sehingga dapat mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha olahan perikanan berbasis potensi lokal.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, selama lima bulan, yaitu September 2026–Januari 2027, dengan sasaran utama UMKM pengolahan hasil perikanan di Negeri Tehoru dan Negeri Haya. Jumlah mitra yang terlibat sebanyak 25 pelaku UMKM, yang terdiri atas 15 pelaku UMKM dari Negeri Haya dan 10 pelaku UMKM dari Negeri Tehoru. Mitra masih menghadapi keterbatasan pada aspek legalitas usaha, kapasitas produksi, kualitas kemasan, branding, serta pemasaran digital. Permasalahan utama yang diidentifikasi meliputi belum optimalnya kepemilikan izin usaha dan PIRT, penggunaan kemasan sederhana tanpa label profesional, lemahnya identitas merek, pemasaran yang masih konvensional, serta keterbatasan dalam pengelolaan usaha. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif berbasis learning by doing, yaitu melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan melalui praktik langsung. Kegiatan diawali dengan tahap persiapan yang meliputi koordinasi dengan mitra, identifikasi kebutuhan dan permasalahan UMKM, serta penyusunan modul pelatihan. Selanjutnya, tahap pelaksanaan dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan yang mencakup pengolahan produk, desain label dan branding, pengemasan produk, penentuan harga jual berdasarkan Harga Pokok Produksi (HPP), serta pemasaran digital melalui rancangan aplikasi e-commerce. Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan kepada mitra dalam penerapan desain label pada kemasan produk, pengurusan legalitas usaha dan PIRT, penyusunan katalog digital, serta pengelolaan akun e-commerce sebagai media pemasaran. Intervensi yang diberikan didukung oleh penggunaan modul pelatihan, rancangan aplikasi e-commerce, dan desain label produk sebagai media penerapan teknologi tepat guna. Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui pemahaman peserta, tanggapan terhadap pelaksanaan kegiatan, serta tingkat penerapan materi pelatihan. Evaluasi menggunakan tiga instrumen, yaitu pre-test, post-test, dan kuesioner. Instrumen pre-test dan post-test disusun dalam bentuk 10 soal pilihan ganda yang mengukur empat aspek pemahaman, yaitu legalitas usaha dan PIRT, desain label dan branding, perhitungan HPP dan penentuan harga jual, serta pemasaran digital. Kedua tes diberikan sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Analisis dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dan persentase jawaban benar, kemudian membandingkan hasil pre-test dan post-test untuk mengetahui perubahan skor pemahaman peserta. Sementara itu, kuesioner disusun menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Aspek yang diukur meliputi kesesuaian materi dengan kebutuhan UMKM, kejelasan penyampaian materi, manfaat pelatihan, kemudahan penggunaan media dan teknologi, serta kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan.

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

Data kuesioner dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung persentase skor yang diperoleh dibandingkan dengan skor maksimal. Selain itu, observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi kualitatif mengenai partisipasi mitra, kendala pelaksanaan, dan penerapan hasil kegiatan. Indikator keberhasilan program ditetapkan meliputi minimal 80% mitra memiliki legalitas usaha dan/atau PIRT sesuai persyaratan, 80% produk menggunakan label profesional, peningkatan literasi digital minimal 20%, 70% mitra aktif memasarkan produk secara digital, serta tingkat kepuasan mitra minimal 80%. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi ketercapaian program, kendala yang dihadapi, dan rekomendasi pendampingan lanjutan guna mendukung keberlanjutan pengembangan UMKM berbasis potensi perikanan lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Negeri Tehoru dan Negeri Haya, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku. Kegiatan ini melibatkan 25 peserta yang terdiri atas perwakilan BUMDes dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam pengolahan hasil perikanan. Kedua negeri memiliki potensi sumber daya perikanan yang dimanfaatkan masyarakat untuk menghasilkan berbagai produk olahan, antara lain abon ikan tuna, abon ikan cakalang, ikan asap atau asar, dan ikan asin. Berdasarkan hasil identifikasi awal, pengembangan usaha mitra masih menghadapi sejumlah permasalahan, terutama pada aspek kemasan dan identitas produk, branding, legalitas usaha dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), penentuan harga jual, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Produk yang dihasilkan telah memiliki potensi ekonomi, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh informasi produk, legalitas, dan media pemasaran yang memadai. Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian Politeknik Negeri Ambon melaksanakan kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan praktik yang berfokus pada empat aspek utama, yaitu labelisasi dan branding produk, pemahaman legalitas usaha dan PIRT, penentuan harga jual berdasarkan biaya produksi, serta pengembangan pemasaran digital melalui aplikasi e-commerce. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan pada Jumat, 9 Oktober 2026, pukul 09.00–13.00 WIT, bertempat di Negeri Tehoru. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sambutan Kepala Pemerintahan Negeri Tehoru dan Ketua Tim Pengabdian, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi, diskusi, tanya jawab, dan pengumpulan informasi produk melalui kuesioner. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi, pemberian contoh, diskusi, dan praktik pengenalan teknologi. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas produk, persyaratan legalitas usaha, perhitungan biaya produksi untuk menentukan harga jual, serta pemanfaatan media digital dalam memperluas pemasaran. Pengumpulan informasi melalui kuesioner digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik dan kebutuhan produk mitra sebagai dasar penyusunan pendampingan lanjutan. Capaian kegiatan selanjutnya diarahkan pada beberapa indikator, yaitu pemahaman peserta terhadap materi, tersedianya rancangan label dan identitas produk, pemahaman prosedur pengurusan legalitas, kemampuan menghitung harga jual, serta tersedianya media katalog dan pemasaran digital. Hasil kegiatan dan dokumentasi penerapan pendampingan menjadi dasar dalam mengevaluasi ketercapaian program serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi mitra selama proses pengembangan usaha.

Hasil Desain Label, Informasi Produk, dan Branding

Salah satu hasil kegiatan pengabdian adalah tersusunnya rancangan desain label dan informasi produk bagi UMKM olahan perikanan di Negeri Tehoru dan Negeri Haya. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya memperbaiki tampilan kemasan sekaligus membangun identitas produk agar lebih mudah dikenali oleh konsumen. Rancangan desain label yang dihasilkan mencakup berbagai produk olahan perikanan, yaitu abon ikan tuna dengan identitas merek Pin Namakulle, Laila Hayoto, dan Talha Hatapayo. Selanjutnya, desain label untuk produk ikan asap disusun dengan identitas Ambanini

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

Sutikno dan Jasmi Landagu. Sementara itu, produk ikan asin memiliki beberapa rancangan identitas merek, yaitu Wilda Key, KIS, Muhammad Ely, Ekram Makatita, Umaima Yamanokuan, Rajia Ponlohi, Janna Hatuluayo, dan Watibajo. Dengan demikian, kegiatan ini menghasilkan 14 rancangan label yang mencakup produk abon ikan tuna, ikan asap, dan ikan asin. Selain desain label, tim pengabdian juga menyusun rancangan informasi produk yang memuat komposisi, petunjuk penyimpanan, petunjuk penyajian, tanggal produksi, informasi produsen, dan informasi kontak. Kelengkapan informasi tersebut dirancang untuk memberikan kejelasan kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan sekaligus mendukung penyajian identitas produk secara lebih informatif. Hasil rancangan desain label dan informasi produk dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Hasil Rancangan Desain Label Produk Olahan Perikanan



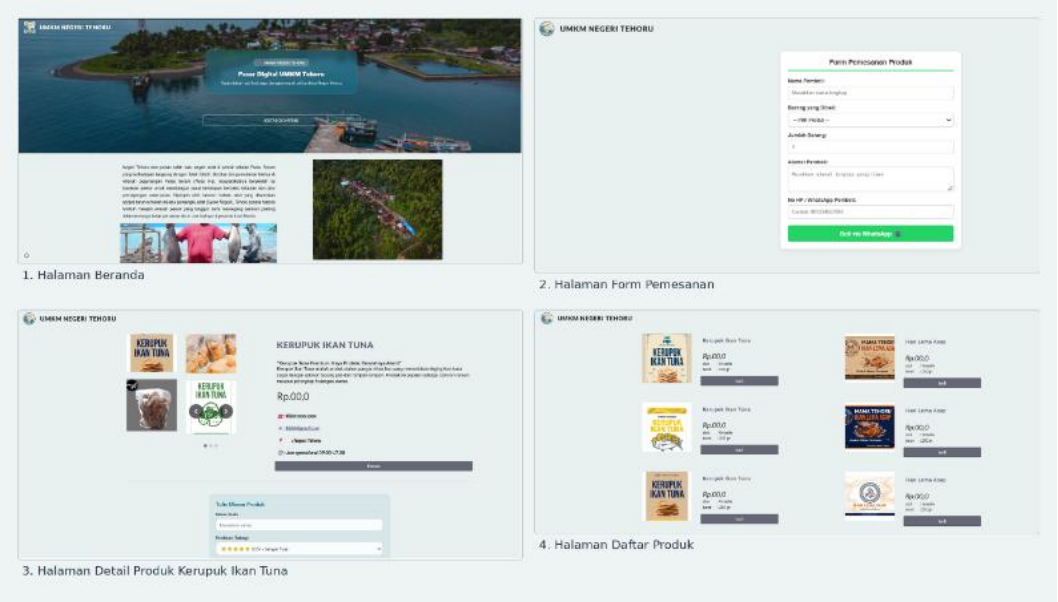
Gambar 2. Hasil Rancangan Informasi Produk dan Petunjuk Penyimpanan

Hasil Desain Label, Informasi Produk, dan Branding

Hasil berikutnya adalah tersusunnya rancangan aplikasi e-commerce yang ditujukan untuk membantu UMKM di Negeri Tehoru dan Negeri Haya dalam memperkenalkan serta memasarkan produk olahan perikanan secara digital. Aplikasi e-commerce dirancang sebagai media katalog produk yang memungkinkan calon konsumen memperoleh informasi mengenai produk tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Produk yang direncanakan untuk ditampilkan meliputi abon ikan tuna dan cakalang, kerupuk ikan tuna, ikan asap atau asar, serta ikan asin. Rancangan aplikasi e-commerce mencakup halaman beranda yang menampilkan informasi umum dan pengenalan produk olahan perikanan dari Negeri Tehoru dan Negeri Haya. Selanjutnya, halaman katalog produk dirancang untuk

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

menampilkan daftar produk UMKM yang dilengkapi foto dan informasi singkat. Halaman detail produk menyajikan informasi lebih lengkap, meliputi nama produk, deskripsi, harga, dan informasi produk lainnya. Selain itu, tersedia halaman formulir pemesanan yang memungkinkan calon konsumen mengisi informasi pemesanan produk. Setiap produk dirancang untuk dilengkapi dengan foto, nama produk, deskripsi, harga, dan informasi pemesanan. Melalui rancangan tersebut, informasi produk dapat disajikan secara lebih terstruktur sehingga memudahkan calon konsumen dalam mengenali produk yang ditawarkan. Rancangan ini menjadi dasar pengembangan media pemasaran digital bagi UMKM di Negeri Tehoru dan Negeri Haya :



Gambar 3. Hasil Rancangan Tampilan Aplikasi E-Commerce UMKM Tehoru

Selain menghasilkan rancangan aplikasi, tim pengabdian juga melaksanakan sosialisasi pemanfaatan e-commerce kepada peserta, meliputi cara mengunggah foto, mengisi deskripsi dan harga produk, serta menggunakan fitur pemesanan. Kegiatan ini memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan katalog digital sebagai media promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Hasil kegiatan berupa rancangan media pemasaran digital yang dapat menampilkan informasi produk secara terstruktur. Hal ini sejalan dengan Rahayuningsih et al. (2025) yang menekankan pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM. Namun, penerapannya masih memerlukan pendampingan dalam pengisian katalog dan pengelolaan pemesanan agar dapat dimanfaatkan secara optimal oleh mitra.

Hasil Sosialisasi dan Pelatihan kepada Pelaku UMKM

Sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan pada Jumat, 9 Oktober 2026, pukul 09.00–13.00 WIT, bertempat di Negeri Tehoru, dengan melibatkan 25 peserta dari Negeri Tehoru dan Negeri Haya. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan dan pemasaran produk olahan perikanan. Materi yang disampaikan meliputi legalitas usaha dan PIRT, labelisasi dan informasi produk, penentuan harga jual, serta pemasaran digital dan e-commerce. Pada materi legalitas usaha, peserta diberikan penjelasan mengenai pentingnya legalitas dan prosedur pengurusan PIRT beserta persyaratannya. Selanjutnya, materi labelisasi membahas pentingnya identitas merek dan kelengkapan informasi pada kemasan, seperti nama produk, komposisi, berat bersih, identitas produsen, dan petunjuk penyimpanan. Peserta juga diperkenalkan pada perhitungan biaya produksi, harga pokok produksi (HPP), dan margin keuntungan sebagai dasar dalam menentukan harga jual

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

produk. Selain itu, peserta diperkenalkan pada pemanfaatan pemasaran digital melalui e-commerce, termasuk cara mengunggah foto, mengisi deskripsi, mencantumkan harga, dan menyediakan informasi pemesanan produk. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pengetahuan dasar mengenai legalitas usaha, pengemasan, pengelolaan harga, dan pemasaran digital yang diharapkan dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan UMKM produk olahan perikanan.



Gambar 4. Pelaksanaan Sosialisasi Labelisasi Produk



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat



Gambar 6. Pelaksanaan Sosialisasi Penggunaan Aplikasi E-Commerce

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab untuk membahas permasalahan peserta terkait produk, kemasan, harga jual, legalitas usaha, dan pemasaran. Tim pengabdian juga mengumpulkan data produk melalui kuesioner sebagai dasar penyusunan desain label dan katalog digital. Kegiatan ini menghasilkan tiga capaian utama, yaitu terlaksananya pelatihan dengan 25 peserta, tersampaikannya empat materi utama, serta terkumpulnya data awal

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

produk mitra untuk pengembangan label dan katalog e-commerce. Partisipasi peserta terlihat melalui keterlibatan aktif dalam diskusi. Namun, peningkatan pengetahuan dan keterampilan belum dapat diukur secara kuantitatif karena belum tersedia hasil pre-test dan post-test.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Negeri Tehoru dan Negeri Haya telah dilaksanakan sebagai upaya mendukung pengembangan UMKM berbasis produk olahan perikanan. Hasil kegiatan meliputi tersusunnya rancangan desain label dan informasi produk, rancangan aplikasi e-commerce sebagai media pemasaran digital, serta terlaksananya sosialisasi dan pelatihan yang diikuti oleh 25 peserta. Materi pelatihan mencakup legalitas usaha dan PIRT, labelisasi produk, penentuan harga jual berdasarkan Harga Pokok Produksi (HPP), serta pemasaran digital. Kegiatan ini juga memfasilitasi identifikasi kebutuhan usaha dan pengumpulan informasi produk sebagai bahan pengembangan label dan katalog digital. Keterbatasan kegiatan ini adalah penerapan desain label pada kemasan, pengurusan legalitas usaha dan PIRT, serta implementasi e-commerce dalam aktivitas pemasaran belum sepenuhnya dilakukan dan belum dievaluasi berdasarkan indikator keberhasilan yang terukur. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan dalam penerapan label produk, pengurusan legalitas usaha, perhitungan harga jual, serta pengelolaan katalog dan pemesanan melalui e-commerce. Monitoring dan evaluasi secara berkala juga diperlukan untuk mengetahui tingkat penerapan hasil pelatihan dan keberlanjutan program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Ambon atas dukungan pendanaan melalui Hibah PNBP Skema Mitra Binaan, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Labelisasi Produk, Izin Usaha, dan Pemasaran Digital pada Produk Olahan Perikanan di Tehoru, Maluku Tengah" dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Negeri Tehoru, Pemerintah Negeri Haya, serta seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Hanakta, R., Hossain, M. B., Pataki, L., & Dunay, A. (2023). Eco-innovation influence on business performance in Jordanian micro, small and medium enterprises operating in the food processing sector. *PLOS ONE*, 18. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281664

Allegretti, A., Omukoto, J., & Hicks, C. (2025). Food, power and agency: Revealing local post-harvest fisheries practices to improve food access from small-scale fisheries in coastal Kenya. *Maritime Studies*, *24*. https://doi.org/10.1007/s40152-025-00402-7

Arthur, R., Skerritt, D., Schuhbauer, A., Ebrahim, N., Friend, R., & Sumaila, U. (2021). Small-scale fisheries and local food systems: Transformations, threats and opportunities. *Fish and Fisheries*. https://doi.org/10.1111/faf.12602

Basurto, X., Gutierrez, N., Franz, N., Del Mar Mancha-Cisneros, M., Gorelli, G., Aguión, A., Funge-Smith, S., Harper, S., Mills, D. J., Nico, G., Tilley, A., Vannuccini, S., Virdin, J., Westlund, L., Allison, E., Anderson, C., Baio, A., Cinner, J., Fabinyi, M., … Robinson, J. (2025). Illuminating the multidimensional contributions of small-scale fisheries. *Nature*, *637*, 875–884. https://doi.org/10.1038/s41586-024-08448-z

Dewi, H., Muhaimin, A., Setiawan, B., & Maulidah, S. (2024). *A design framework for Food Small Medium Enterprises resilience and performance in Indonesia*. *1323*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1323/1/012010

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

Eurich, J., Turner, C., Simaanchana, S., Tony, A., Anbuvahini, N., Thamizhazhagan, E., Selvarasu, T., Bhogte, A., Dharmamony, V., Kelso, K., & Velvizhi, S. (2026). Solar drying blue foods supports women and strengthens value chains, equity, and climate resilience in India. *Environmental Research: Food Systems*, *3*. https://doi.org/10.1088/2976-601x/ae708b

Fabrizio, C. M., Kaczam, F., De Moura, G. L., Da Silva, L. S. C. V., Da Silva, W., & Da Veiga, C. (2021). Competitive advantage and dynamic capability in small and medium-sized enterprises: A systematic literature review and future research directions. *Review of Managerial Science*, *16*, 617–648. https://doi.org/10.1007/s11846-021-00459-8

Fanani, Y. K., & Fitrayati, D. (2021). Pengaruh Modal Insani dan Modal Sosial Terhadap Kinerja UMKM Makanan dan Minuman di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*. https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p84-89

Gopal, N., Hapke, H., & Edwin, L. (2023). Technological transformation and changing social relations in the ring seine fishery of Kerala, India. *Maritime Studies*, *22*. https://doi.org/10.1007/s40152-023-00313-5

Islam, M., Das, R., Sarkar, T., Chowdhury, S., Ilham, H. K., Jahan, E., & Islam, A. H. Md. S. (2026). Postharvest Losses Along the Small-Scale Fish Value Chain in Bangladesh: Perceptions, Determinants and Implications for Food Security. *Food Science & Nutrition*, *14*. https://doi.org/10.1002/fsn3.71809

Karim, M., Salman, D., Genisa, J., & Rahmadanih. (2021). *Dynamic Strategy and Contingency Power of SMEs Fish Processing Units In Achieving Sustainability Levels (Case Study: SMEs of Boneless Milkfish Processing Units in Pinrang Regency, Indonesia)*. *921*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/921/1/012045

Maharani, H., Ferichani, M., & Khomah, I. (2026). *Value added of processed fishery products in household businesses affected by abrasion in Tugu District, Semarang City*. *1632*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1632/1/012033

Nugroho, A. W. (2026). Ai-Based Safety Monitoring Using Skopia For Preventing Accidents In Heavy Equipment Operations At Jragung Dam Construction Project. *Annual Conference of the International Group for Lean Construction Iglc*, *34*(Query date: 2026-08-05 22:52:58), 74–84. https://doi.org/10.24928/2026/0180

Nurhab, B., & Fryanti, Y. E. (2021). Model Pemberdayaan Komunitas Nelayan Berbasis Umkm Unit Pengolahan Ikan Melalui Bmt Iain Bengkulu. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*. https://doi.org/10.21111/jiep.v4i01.5641

Paramita, B., Randa, F., Mujahidin, M., Syahidah, N., Maryana, S., Dirti, H., & Riadi, A. K. (2025). *Marketing Strategy for Processed Fishery Products Based on KUBE to Improve Food Security and Welfare of Coastal Women in The Teluk Bintan, Kepulauan Riau*. *1559*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1559/1/012045

Penca, J., Said, A., Cavallé, M., Pita, C., & Libralato, S. (2021). Sustainable small-scale fisheries markets in the Mediterranean: Weaknesses and opportunities. *Maritime Studies*, *20*, 141–155. https://doi.org/10.1007/s40152-021-00222-5

Reniati, R., Nasrun, A., & Aprilian, R. (2026). *Integrating upstream–downstream strategies into a green multi-pronged model for local food msmes in Bangka Belitung*. *1580*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1580/1/012020

Rochman, G. P., Indratno, I., & Agustina, I. (2021). *Rural Agri-Food Industry Resilience in Indonesia*. *830*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/830/1/012063

Salman, D., Karim, M., Genisa, J., & Rahmadanih. (2020). *Relationship Between Institutional Sustainability and SMEs Production Sustainability(Case Study: SMEs of Fish Processing Unit, in Pinrang Regency, Indonesia)*. *473*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/473/1/012045

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

Stacey, N., Gibson, E., Loneragan, N., Warren, C., Wiryawan, B., Adhuri, D., Steenbergen, D., & Fitriana, R. (2021). Developing sustainable small-scale fisheries livelihoods in Indonesia: Trends, enabling and constraining factors, and future opportunities. *Marine Policy*, *132*, 104654. https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104654

Ubud, S., & Putra, I. (2024). *Integration of supply chain model for perishable food products: Focus on micro, small and medium enterprises*. *1324*. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1324/1/012133

Untari, D., & Satria, B. (2021). Integration of supply chain management to business performance and business competitiveness of food micro industry. *Uncertain Supply Chain Management*. https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.4.008

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