

POTRET UMKM OTAK-OTAK SUNGAI ENAM: KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT BERBASIS MARITIM

Bunga Paramita ^{*1}, Ayona Dwi Sefiani², Wulandari Wulandari³, Tasya Alkhaira⁴, Muhammad Ikhzwani⁵, Damara Agusta⁶, Nadia Nadia⁷, Dwi Rahayu Fazira⁸, Nadia Rahma Dhani⁹, Andhini Syahrani¹⁰,
Deby Alista¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Maritim Raja Ali Haji

*e-mail: bungaparamita1@umrah.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pengolahan otak-otak di Kelurahan Sungai Enam (Bintan Timur) melalui bantuan manajemen bisnis sederhana, inovasi kemasan, dan optimalisasi pemasaran digital berdasarkan potensi maritim. Kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahap utama: (1) persiapan dan identifikasi mitra, (2) pelaksanaan bantuan (pelatihan, lokakarya kemasan, praktik pemasaran digital), dan (3) evaluasi dan tindak lanjut. Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM, dan dokumentasi kegiatan. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang pembukuan sederhana, desain kemasan yang lebih baik (konsep ramah lingkungan), dan keterampilan pemasaran dasar yang lebih baik melalui media sosial. Rekomendasi meliputi penguatan akses modal, bantuan berkelanjutan dalam pemasaran online, dan pembentukan kelompok usaha bersama sebagai upaya keberlanjutan.

Kata kunci: UMKM, otak-otak, Sungai Enam, kemaritiman, pengembangan usaha

ABSTRACT

This community service activity aims to empower otak-otak processing SMEs in Sungai Enam Village (East Bintan) through simple business management assistance, packaging innovation, and optimization of digital marketing based on maritime potential. The activity was carried out in three main stages: (1) preparation and identification of partners, (2) implementation of assistance (training, packaging workshops, digital marketing practices), and (3) evaluation and follow-up. Data collection techniques included participatory observation, semi-structured interviews with SMEs actors, and activity documentation. The results show an increase in SMEs actors' understanding of simple bookkeeping, better packaging design (environmentally friendly concepts), and improved basic marketing skills through social media. Recommendations include strengthening access to capital, continued assistance with online marketing, and the formation of joint business groups as a sustainability effort.

Keywords: SMEs, otak-otak, Sungai Enam, maritime, business development

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 64,2 juta unit usaha, dengan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja atau sekitar 117 juta orang (Suhaili & Sugiharsono, 2019; World Economic Forum, 2022). Peran dominan ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan tumpuan perekonomian, terutama di daerah pesisir di mana sebagian besar penduduk bergantung pada sektor kelautan dan perikanan untuk mata pencaharian mereka (Linda et al., 2025). Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, pemberdayaan UMKM berbasis sumber daya lokal tidak hanya mendorong kemandirian ekonomi, tetapi juga memperkuat ketahanan sosial komunitas pesisir.

Wilayah Sungai Enam, sebagai salah satu kawasan pesisir di Bintan Timur, Kepulauan Riau, memiliki potensi ekonomi yang erat kaitannya dengan aktivitas maritim. Produk unggulan berupa otak-otak telah menjadi identitas kuliner lokal sekaligus sumber mata

pencaharian utama bagi sebagian masyarakat. Kegiatan pengabdian ini berupaya mengoptimalkan potensi tersebut dengan pendekatan partisipatif yang mengintegrasikan nilai-nilai kemaritiman. Sejalan dengan penelitian Paramita et al., (2022) dan Rakhman et al., (2024), produk olahan hasil laut seperti otak-otak mampu meningkatkan pendapatan komunitas pesisir serta memperkuat citra kuliner daerah. Oleh karena itu, kegiatan ini diarahkan untuk mendukung keberlanjutan UMKM melalui pendampingan berbasis potensi kemaritiman.

Meskipun memiliki potensi besar sebagai identitas kuliner lokal, UMKM otak-otak di Sungai Enam masih menghadapi tantangan dalam manajemen usaha, inovasi kemasan, serta pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Kondisi ini menegaskan pentingnya kolaborasi multi pihak dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Marliana et al., (2025) dan Feoh (2023), sinergi antara pemerintah, akademisi, swasta, dan komunitas lokal merupakan strategi kunci dalam penguatan UMKM pesisir. Melalui kegiatan KKN ini, tim pengabdian berupaya memperluas jaringan produksi, menembus pasar digital, serta meningkatkan daya saing produk lokal.

Selain kontribusi ekonomi, pemberdayaan UMKM otak-otak juga berperan dalam pelestarian budaya kuliner maritim. Menurut Setiawan dan Nugroho (2021), UMKM berbasis kuliner lokal mampu memperluas basis ekonomi masyarakat sekaligus menjadi media promosi budaya daerah. Dalam kegiatan pengabdian ini, pendekatan tersebut diimplementasikan melalui pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital yang memadukan nilai ekonomi serta identitas budaya lokal (Pratama & Astuti, 2022). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mendorong kemandirian ekonomi, tetapi juga memperkuat warisan budaya pesisir.

Di sisi lain, tantangan utama yang dihadapi UMKM di wilayah pesisir adalah keterbatasan akses pasar dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Daud et al., (2025) membuktikan bahwa pemanfaatan pemasaran digital melalui influencer mampu meningkatkan visibilitas produk kuliner pesisir, sejalan dengan Yuliani dan Rahmawati (2021) yang menekankan pentingnya media sosial dalam membangun brand awareness. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menempatkan digitalisasi sebagai fokus utama untuk memperluas jangkauan pasar UMKM otak-otak Sungai Enam.

Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) juga menjadi bagian penting dari kegiatan ini. Pelatihan manajemen usaha dan literasi keuangan sebagaimana dikemukakan oleh Wulandari dan Hidayat (2022) terbukti efektif dalam meningkatkan profesionalisme pelaku UMKM. Hal ini diperkuat oleh Alinsari et al., (2020) yang menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis peningkatan kompetensi individu dapat menumbuhkan inovasi dan ketahanan usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini menekankan pentingnya intervensi berkelanjutan melalui pelatihan dan pendampingan partisipatif.

Dengan demikian, aspek keberlanjutan menjadi fokus penting kegiatan ini. Sari dan Prakoso (2023) menekankan penggunaan bahan baku lokal yang ramah lingkungan untuk mendukung ekologi pesisir, sedangkan Gunawan dan Rahayu (2020) menggarisbawahi integrasi prinsip ekonomi hijau dalam praktik UMKM. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini turut mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan prinsip ramah lingkungan dalam produksi dan kemasan otak-otak. Berdasarkan seluruh uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM otak-otak Sungai Enam melalui pelatihan, pendampingan, dan inovasi berbasis kemaritiman sebagai kontribusi nyata terhadap pengembangan ekonomi pesisir berkelanjutan.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif partisipatif yang menyesuaikan dengan konteks sosial ekonomi masyarakat pesisir Sungai Enam. Pendekatan ini memungkinkan kegiatan berjalan tidak hanya sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga pemberdayaan langsung melalui keterlibatan aktif pelaku UMKM selama program berlangsung. Lokasi kegiatan berada di Desa Sungai Enam, Bintan Timur, Kepulauan Riau, yang merupakan wilayah pelaksanaan KKN Universitas Maritim Raja Ali Haji dan pusat produksi otak-otak sebagai ikon kuliner pesisir. Pemilihan lokasi ini memberikan akses langsung kepada pelaku usaha dan memudahkan koordinasi dengan masyarakat serta pemerintah desa (Creswell & Poth, 2018).

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan perangkat desa dan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan utama, seperti manajemen usaha, inovasi kemasan, dan pemasaran digital. Dua mitra utama, Otak-otak Mak Ucu dan Otak-otak M, ditetapkan sebagai percontohan kegiatan. Tahap pelaksanaan meliputi pelatihan pembukuan sederhana, lokakarya inovasi kemasan yang berorientasi ramah lingkungan, serta pelatihan pemasaran digital dengan praktik langsung pembuatan konten promosi melalui media sosial. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara partisipatif di lokasi usaha untuk memastikan peserta memperoleh pengalaman kontekstual sesuai realitas lapangan (Kvale & Brinkmann, 2015).

Tahap evaluasi dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan verifikasi hasil (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Evaluasi dilaksanakan melalui observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM setelah pelatihan untuk menilai peningkatan pemahaman serta keterampilan. Hasil kegiatan juga dibahas bersama perangkat desa guna merumuskan tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan dan pembentukan jejaring usaha antar pelaku UMKM lokal. Pendekatan sistematis ini memastikan kegiatan pengabdian tidak berhenti pada pelatihan semata, tetapi berlanjut menuju pemberdayaan berkelanjutan bagi masyarakat pesisir.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Kelurahan Sungai Enam menunjukkan adanya peningkatan nyata dalam kapasitas pelaku UMKM otak-otak, baik dari aspek manajerial, inovasi produk, maupun pemasaran digital. Pemberdayaan ini menekankan pentingnya pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan potensi kemaritiman dengan penguatan kemampuan usaha masyarakat pesisir. Berdasarkan hasil observasi partisipatif dan wawancara mendalam, sebagian besar pelaku UMKM memanfaatkan sumber daya laut lokal seperti ikan segar dan sotong sebagai bahan baku utama produk mereka. Pemanfaatan bahan lokal ini tidak hanya menjaga keberlanjutan ekosistem perikanan tetapi juga memperkuat identitas kuliner maritim yang menjadi ciri khas wilayah Bintan Timur (Setiawan & Nugroho, 2021; Pratama & Astuti, 2022). Selain itu, data hasil pendampingan memperlihatkan adanya variasi dalam kapasitas produksi, teknik pemasaran, dan pengelolaan usaha yang menunjukkan kebutuhan untuk perbaikan dan pendampingan lanjutan. Gambaran umum hasil pengabdian disajikan pada Tabel 1, yang merangkum profil dua gerai otak-otak sebagai representasi pelaku usaha lokal.

Tabel 1. Profil UMKM Otak-Otak Sungai Enam

Aspek	Otak-otak Mak Ucu	Otak-otak M
Tahun Berdiri	2003	2022
Legalitas	Izin usaha, halal	NIB, PIRT, halal
Produksi Harian	Tidak menentu, puncak >10.000 pcs (hari raya)	±2.000 pcs, tergantung bahan baku
Pemasaran	Gerai lokal, pesanan online	Offline, pre-order, promosi media sosial
Kendala Utama	Kemasan dan Pencatatan Keuangan	Pembukuan dan distribusi jarak jauh
Rencana Pengembangan	Promosi ke swalayan & luar daerah	Penguatan branding & perluasan promosi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa potensi kuliner berbasis maritim memainkan peran strategis dalam mendorong perekonomian lokal dan memperkuat identitas budaya masyarakat pesisir. Keunikan bahan baku ikan segar dan cumi-cumi yang digunakan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) otak-otak tidak hanya menambah daya tarik kuliner khas daerah, tetapi juga mendukung keberlanjutan sumber daya laut di sekitar Bintan Timur. Melalui kegiatan pelatihan, pelaku usaha mulai menerapkan pembukuan sederhana dan meningkatkan desain kemasan agar lebih menarik dan ramah lingkungan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Marwiyah et al., (2021), yang menekankan bahwa pengembangan ekonomi maritim berbasis kuliner lokal memperkuat ketahanan ekonomi komunitas pesisir dan mendukung praktik kemaritiman yang berkelanjutan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa masih ada hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama dalam hal inovasi kemasan dan pengelolaan keuangan. Beberapa pelaku usaha belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur, sehingga sulit untuk menganalisis keuntungan dan mengelola modal. Pratama dan Astuti (2022) menjelaskan bahwa kelemahan dalam pencatatan keuangan dan inovasi produk merupakan hambatan utama bagi daya saing UMKM pesisir. Menyadari hal ini, kelompok pengabdian masyarakat memberikan pelatihan dasar pembukuan dan memperkenalkan teknologi pengemasan vakum untuk menjaga kualitas produk dalam distribusi jarak jauh. Langkah ini merupakan penerapan konkret hasil kegiatan, yang diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar tanpa mengurangi cita rasa khas otak-otak Sungai Enam.

Selain penguatan di bidang manajemen dan produksi, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan pemasaran digital para pelaku UMKM. Pelaku usaha dapat memanfaatkan platform seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook untuk promosi produk. Setelah pelatihan, mereka mulai memahami pentingnya membangun identitas merek (brand identity) dan teknik pembuatan konten promosi yang menarik dan komunikatif. Peningkatan ini sejalan dengan hasil penelitian Daud et al., (2025) dan Yuliani & Rahmawati (2021), yang membuktikan efektivitas media sosial dan pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar produk. Penerapan strategi pemasaran digital ini menjadi salah satu capaian penting kegiatan pengabdian karena mampu memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas.

Selain itu, kesuksesan kegiatan pengabdian ini sangat bergantung pada sinergi lintas sektor yang melibatkan pemerintah setempat, akademisi, dan komunitas lokal sebagai mitra aktif. Pemerintah setempat berperan dalam menyediakan dukungan administratif, fasilitas implementasi, dan peluang promosi melalui pameran produk lokal. Akademisi bertindak sebagai fasilitator dalam memberikan bantuan berbasis riset dan bimbingan teknis, sementara masyarakat lokal berperan penting dalam menggerakkan partisipasi masyarakat

dan menjaga kelangsungan program setelah kegiatan selesai. Kolaborasi ini memperkuat jaringan bisnis lokal, mendorong pembentukan kemitraan berkelanjutan, dan membuka peluang pasar baru bagi pelaku UMKM.

Keterlibatan multi-pihak ini juga menekankan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat pesisir tidak dapat dicapai hanya melalui pelatihan teknis, tetapi memerlukan dukungan yang terkoordinasi dan sistematis. Seperti yang ditekankan oleh Feoh (2023) dan Kurniawan & Suryana (2021), kemitraan strategis antara pemangku kepentingan merupakan kunci untuk memperkuat fondasi ekonomi yang berkelanjutan. Melalui kolaborasi yang terarah, hasil pengabdian tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga pada penciptaan jaringan bisnis yang adaptif terhadap dinamika pasar. Dengan demikian, UMKM otak-otak di Sungai Enam memiliki potensi untuk berkembang menjadi ikon kuliner maritim yang berdaya saing dan berkelanjutan di Kepulauan Riau.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Sungai Enam berhasil memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM otak-otak dalam aspek manajemen usaha, inovasi kemasan, dan pemasaran digital. Melalui pendekatan partisipatif yang mengintegrasikan potensi kemaritiman dengan pemberdayaan ekonomi lokal, kegiatan ini mampu memperkuat identitas kuliner maritim sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat pesisir. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM semakin memahami pentingnya pencatatan pembukuan sederhana, penerapan desain kemasan yang menarik, serta penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan pentingnya sinergi antara akademisi, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam mendukung keberlanjutan usaha kecil berbasis potensi lokal. Kolaborasi lintas sektor terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan pasar. Selain itu, pendekatan pendampingan yang berkelanjutan menjadi faktor kunci dalam memastikan transfer pengetahuan dapat diimplementasikan secara konsisten dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat jejaring sosial-ekonomi di tingkat lokal.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan pengabdian serupa dilaksanakan secara berkesinambungan melalui pembentukan kelompok usaha bersama yang difasilitasi oleh pemerintah desa dan lembaga pendidikan tinggi. Akses terhadap permodalan, pelatihan lanjutan dalam bidang pemasaran digital, serta inovasi produk ramah lingkungan perlu terus dikembangkan agar keberhasilan program dapat dipertahankan dan diperluas. Diharapkan hasil pengabdian ini dapat menjadi model bagi daerah pesisir lainnya dalam mengembangkan UMKM berbasis potensi kemaritiman secara berkelanjutan dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Alinsari, N. (2020). Peningkatan literasi keuangan pada umkm melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256-268.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Daud, S., Putri, A., Devitasari, C., & Nurrohmah, S. (2025). Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM Melalui Influencer Media Sosial Instagram: Studi Kasus Pada UMKM Lumpia Beef Nagih. *YUME: Journal of Management*, 8(1.1), 51-59.
- Feoh, J. (2023). Kolaborasi multi pihak dalam pemberdayaan UMKM pesisir. *Jurnal Ekonomi Maritim*, 5(1), 45–57.
- Gunawan, B., & Rahayu, T. (2020). Integrasi prinsip ekonomi hijau dalam praktik UMKM pesisir. *Jurnal Ekonomi Hijau*, 4(2), 65–80.
- Kurniawan, R., & Suryana, T. (2021). Kemitraan strategis pemerintah dan UMKM pesisir. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 5(4), 210–225.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Linda, L., Neliana, T., Ri'aeni, I., Fayazza, M. T., Puspita, D., & Zannah, C. M. (2025). Transformasi UMKM Berbasis Rajungan sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir. *Jurnal ETAM*, 5(3), 140-151.har
- Marwiyah, S., & Fitria, N. J. L. (2023). Implementation of the Blue Economy Policy in Probolinggo City for the Development of the Creative Economy of Processed Fisheries and Marines. *Jurnal Borneo Administrator*, 19(1), 51-68.
- Marliana, T., Agustin, D., Yulianti, S., Sova, M., Sholihah, S. M., Karsam, K., & Ahmadun, A. (2025). Kolaborasi Multi-Stakeholder dalam Pemberdayaan Desa Wisata Sukarami, Banten: Penguanan UMKM, Pokdarwis, Kader Kesehatan Melalui Program Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*, 9(3), 229-238.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Paramita, B., Azzahra, F., & Vanesa, S. M. (2022). Pemanfaatan dan Pengembangan Produk UMKM Berbasis Kearifan Lokal Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Riau. *Bahtera Inovasi*, 5(2), 106-144.
- Pratama, Y., & Astuti, R. (2022). Inovasi kuliner lokal sebagai penggerak ekonomi kreatif. *Jurnal Pariwisata & Ekonomi Kreatif*, 11(1), 54–69.
- Rakhman, D., dkk. (2024). Pariwisata kuliner berbasis kearifan lokal di daerah pesisir. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 8(1), 32–47.
- Sari, D., & Prakoso, A. (2023). Penggunaan bahan baku lokal berkelanjutan dalam UMKM pesisir. *Jurnal Ekonomi Berkelanjutan*, 12(3), 190–202.
- Setiawan, A., & Nugroho, B. (2021). UMKM kuliner lokal sebagai penggerak ekonomi daerah. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 9(2), 76–90.
- Suhaili, A., & Sugiharsono. (2019). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 27(1), 1–14.
- World Economic Forum. (2022). *The global competitiveness report 2022*. WEF. <https://www.weforum.org/reports>
- Wulandari, S., & Hidayat, M. (2022). Pelatihan manajemen usaha dan literasi keuangan pada UMKM pesisir. *Jurnal Pengembangan SDM*, 6(3), 211–225.
- Yuliani, R., & Rahmawati, D. (2021). Digitalisasi UMKM melalui media sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 44–59.

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under
 CC BY SA