



PEMBERDAYAAN EKONOMI MELALUI INOVASI PRODUK OLAHAN IKAN NILA DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI PROGRAM DESA WIRAUSAHA DI DESA SEJEGI, KABUPATEN MEMPAWAH

Oleh

Diva Cahya Nayla¹, Dedi Herdiansyah², Shelvi³, Divana Syakila Putri⁴, Fanny Fadillah Nurrahmah⁵, Aditya Pratama⁶, Andre Setyawan⁷

^{1,3}Prodi DIV Administrasi Negara, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak

^{2,6,7}Prodi DIV Administrasi Bisnis Otomotif, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak

^{4,5}Prodi DIII Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak

Email: ¹divacahyanayla67@gmail.com, ²dedihardiansyah38@gmail.com

Article History:

Received: 01-10-2025

Revised: 27-10-2025

Accepted: 03-11-2025

Keywords:

Community

Empowerment,

Tilapia-Derived

Product Processing,

Digital Marketing

Abstract: Background: Sejegi Village, Mempawah Timur Subdistrict, Mempawah Regency, is located approximately 84 km from the Politeknik Negeri Pontianak campus. The community has diverse occupations, including farmers, planters, civil servants, daily laborers, traders, and private employees. A survey conducted by HMJ AB Polnep revealed that Sejegi Village has significant potential in the fisheries sector, particularly in tilapia aquaculture, with cages and hatcheries covering approximately 2 hectares. The cultivation cycle takes 4–7 months; however, most of the harvest is sold raw, while processed products such as nuggets and fish balls remain limited. **Program Method:** The program employed potential identification surveys, preparation of activity proposals, tilapia processing training into abon and nuggets for PKK mothers, digital marketing training for Karang Taruna youth, mentoring, evaluation, and dissemination of results to stakeholders, including the campus, village government, and ministries. The program emphasizes active community participation to apply skills practically. **Results Achieved:** PKK mothers are able to produce tilapia-processed products regularly, while Karang Taruna youth actively market the products via social media. Community mindset has shifted from selling raw fish to becoming creative entrepreneurs based on local processed products. The program enhances skills, strengthens community collaboration, encourages village economic growth, and ensures the sustainability of production. These activities provide tangible socio-economic impacts and support the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs), particularly in promoting health and welfare, with the flagship product being Tilapia Nuggets.

PENDAHULUAN

Desa Sejegi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Mempawah Timur, Kabupaten Mempawah, Provinsi Kalimantan Barat. Secara astronomis, Desa Sejegi terletak pada $0^{\circ} 23' 48''$ LU, $109^{\circ} 3' 23.8''$ BT. Secara geografis, Desa Sejegi berbatasan dengan Desa Pasir (Sebelah Utara), Desa Antibar (Sebelah Selatan), Kecamatan Toho dan Desa Kecurit (Sebelah Timur), dan Kelurahan Pedalaman (Sebelah Barat). Desa Sejegi memiliki 3 Dusun, yaitu Dusun Galaherang, Dusun Bemban, dan Dusun Tekam. Desa Sejegi dapat ditempuh dengan perjalanan darat selama ± 2 jam dengan jarak ± 84 KM dari Kampus Politeknik Negeri Pontianak. Mayoritas penduduk Desa Sejegi memiliki mata pencaharian yang beragam, seperti petani, pekebun, ASN, buruh harian, pedagang, dan karyawan sektor swasta.



Gambar 1. Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pengolahan Ikan Nila di Kantor Desa Sejegi, 2025.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari staf Kantor Desa Sejegi pada saat survei ke lokasi, Desa Sejegi memiliki potensi unggul di sektor perikanan. Oleh karena itu, Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep akan berfokus pada pengolahan hasil perikanan khususnya ikan nila. Budidaya ikan nila di Desa Sejegi memiliki prospek cerah yang didukung dengan tersebar luasnya ribuan keramba yang dikelola mandiri oleh warga. Selain keramba, Desa Sejegi juga memiliki kawasan pembibitan ikan nila yang sangat luas (± 2 hektar) dan dikelola pribadi oleh warga. Proses pembibitan hingga panen normalnya memakan waktu sekitar 6–7 bulan, tetapi apabila kualitas air baik, dapat mempercepat hingga sekitar 4–5 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa siklus produksi ikan nila di Desa Sejegi berjalan secara terpadu, dimulai dari pembibitan hingga panen (Mahardana, Ambarwati, & Ustriyana, 2015).

Hasil budidaya ikan nila selama ini sebagian besar masih dijual dalam bentuk segar dan hanya dibuat beberapa olahan seperti nugget dan pentol untuk konsumsi pribadi. Pengolahan produk ikan dapat meningkatkan nilai tambah secara signifikan, sehingga strategi pengolahan olahan bernilai tambah seperti abon dan nugget sangat potensial untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Mahardana et al., 2015). Selain itu, edukasi mengenai pemasaran digital dapat membantu masyarakat memasarkan produk olahan secara lebih luas melalui media sosial dan marketplace (Kementerian Kelautan dan Perikanan [KKP], 2023; Indonesia.go.id, 2025).



Gambar 2. Aktivitas Survey Lapangan Persiapan Penyusunan Proposal di Kolam Keramba Ikan Nila milik Masyarakat, 2025.

Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal, memperkuat ekonomi desa, serta mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) (United Nations, 2015). Partisipasi aktif dari kelompok masyarakat lokal sangat diharapkan dalam pelaksanaan program ini melalui kolaborasi yang kuat (Putra, 2020). Potensi perikanan Desa Sejegi dapat menjadi kekuatan ekonomi yang meningkatkan kesejahteraan warga. Terlebih lagi, dengan jumlah keramba yang ribuan dan pembibitan yang terus berkembang, pasokan bahan baku ikan nila sangat mencukupi untuk mendukung keberlanjutan industri olahan ikan di Desa Sejegi (Mahardana, Ambarwati, & Ustriyana, 2015).

Pelatihan ini diharapkan mampu mengubah pola pikir masyarakat dari yang semula hanya menjual produk mentah, menjadi pelaku usaha kreatif berbasis olahan lokal yang inovatif. Abon ikan nila juga memiliki beberapa manfaat, yaitu: (1) sumber protein yang baik untuk pertumbuhan dan perbaikan jaringan; (2) mengandung kalsium dan mineral penting untuk kekuatan tulang; (3) mengandung omega-3 untuk kesehatan jantung dan otak; dan (4) mengandung kalium yang berfungsi untuk meningkatkan fungsi otak dan saraf (National Institutes of Health [NIH], 2023; Luthfi & Widiastuti, 2021).

Solusi Permasalahan

Permasalahan

1. Bagaimana bentuk bimbingan terhadap masyarakat agar terjadi peningkatan jumlah produk masyarakat melalui pengolahan ikan nila agar dapat menimbulkan pelaku usaha?
2. Bagaimana meningkatkan strategi pemasaran melalui *digital marketing* dari komoditas utama, yaitu ikan nila guna meningkatkan pendapatan masyarakat?

Solusi

Masyarakat Desa Sejegi memiliki potensi besar dalam budidaya ikan nila, tetapi sering kali terhambat oleh kurangnya pengetahuan, keterampilan, teknologi, dan modal untuk mengolah ikan nila. Untuk mengatasi hal ini, pendampingan harus dirancang secara komprehensif dan berkelanjutan.

1. Pelaksanaan Pelatihan untuk mengajarkan masyarakat cara mengolah ikan nila menjadi nugget dan abon yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Pelatihan dengan melakukan demonstrasi langkah-langkah membuat abon ikan nila dalam skala rumah tangga sehingga dapat menimbulkan pelaku usaha. Selain pelatihan, membantu masyarakat mengatasi

masalah teknis secara langsung, seperti cara menyimpan produk agar tahan lama. Dengan pendampingan yang konsisten, masyarakat akan merasa didukung dan termotivasi untuk terus memproduksi.

2. Untuk meningkatkan kapasitas produksi, pemberian peralatan pengolahan sederhana juga diperlukan, seperti mesin pencabik daging, alat pengering abon, *freezer* kecil, dan alat penunjang lainnya. Proses distribusi peralatan harus transparan, dimulai dengan diskusi bersama masyarakat melalui *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengidentifikasi kebutuhan, diikuti pelatihan penggunaan alat agar dapat dimanfaatkan secara optimal. Untuk meningkatkan pendapatan melalui *digital marketing*, strategi yang terarah dan inklusif perlu diterapkan. Pertama, dengan melakukan pelatihan *digital marketing* untuk mengajarkan masyarakat cara memanfaatkan media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mempromosikan produk olahannya. Pelatihan ini harus mencakup pembuatan akun bisnis, pengelolaan konten promosi, dan interaksi dengan pelanggan.

3. Selain itu, masyarakat perlu dibantu untuk mengoptimalkan konten pemasaran mencakup pembuatan foto produk yang menarik, video pendek yang menunjukkan proses pengolahan atau testimoni pelanggan, serta deskripsi produk yang jelas dan informatif. Tim pendamping dapat memberikan panduan teknis, seperti penggunaan aplikasi edit foto gratis seperti *Canva* untuk menghasilkan konten menarik tanpa biaya besar sehingga dapat bersaing di pasar digital yang lebih luas. Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep dapat membantu masyarakat membuat akun di *platform* ini, mengunggah produk, dan mengelola pesanan. Masyarakat dapat dibantu untuk menciptakan logo sederhana dan kemasan yang menarik dengan label ikan nila Sejegi yang menonjolkan asal produk lokal.

Tujuan

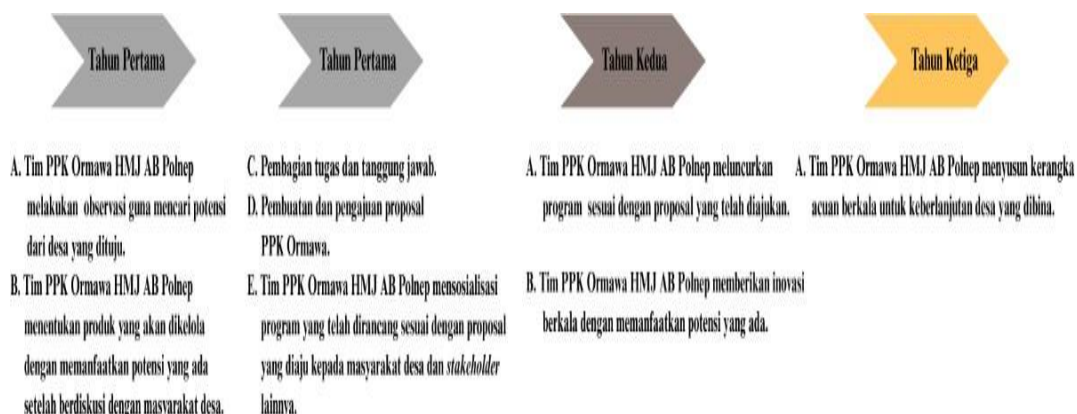
Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini, yaitu membantu masyarakat Desa Sejegi mengolah ikan nila menjadi produk bernilai jual tinggi, seperti abon dan nugget ikan nila, serta membantu memasarkan produk tersebut secara digital agar bisa meningkatkan pendapatan masyarakat. Maka dari itu kami dari Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep Tahun 2025 memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan keterampilan memproduksi olahan ikan nila melalui program pelatihan pembuatan hingga pengemasan kepada ibu-ibu PKK mengenai cara mengolah dan memproduksi abon dan nugget ikan nila yang enak, tahan lama, dan layak jual. Keberhasilan dari program pelatihan ini adalah keaktifan dan jumlah masyarakat yang ikuti pelatihan.
2. Meningkatkan keterampilan pemasaran secara digital, melalui program pelatihan kepada pemuda-pemudi Karang Taruna mengenai bagaimana membuat konten promo yang menarik dalam mendukung strategi pemasaran melalui media sosial dan *platform* digital sederhana.
3. Menerapkan pola pendampingan secara berkelanjutan kepada masyarakat Desa Sejegi baik dalam hal produksi abon dan nugget ikan nila, maupun dalam hal aktivitas pemasaran. Pendampingan yang akan dilakukan bisa luring maupun daring. Harapan dari program pendampingan ini adalah terus berjalannya bisnis berkelanjutan, agar tercipta peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, khususnya kelompok usaha olahan ikan nila ini. (Yuardani, A. M., Heriyanto, H., Qadri, U., Rinaldi, H., Wana, D., Tandra, R., ... & Prestoroika, E. 2021).
4. Terbentuknya kegiatan ekonomi secara kelembagaan yang berkelanjutan di masyarakat Desa Sejegi dalam bentuk usaha pengolahan ikan nila dalam bentuk produk abon

dan nugget ikan nila.

METODE

Roadmap Kegiatan pelaksanaan kegiatan dipersiapkan berkesinambungan untuk kurun waktu 3 Tahun



Gambar 3. Roadmap Kegiatan Pelaksanaan Pelatihan Pengolahan Ikan Nila, 2025.

Desa Sejegi terletak di Kecamatan Mempawah Timur, Kabupaten Mempawah, memiliki potensi perikanan. Namun, keterbatasan pengetahuan dalam pengolahan, pengemasan, dan promosi menyebabkan ikan hanya dijual segar. Untuk mengatasi hal ini, Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep dalam program Desa Wirausaha yang fokus pada pelatihan pengolahan ikan nila menjadi abon dan nugget. Program dimulai dari fase perencanaan yang melibatkan survei lapangan hingga penyusunan proposal. Dalam tahap pelaksanaan, tim memberikan pelatihan langsung tentang proses pengolahan dan pengemasan menarik. Tim juga menyediakan peralatan dan bahan awal, serta mendampingi warga agar siap menjalankan produksi secara mandiri. Selanjutnya, tim membantu warga dalam pembuatan *merk*, dan label produk. Evaluasi dilakukan bersama masyarakat untuk menilai kualitas produk, respon pasar, dan partisipasi warga, sekaligus merumuskan rencana keberlanjutan program.

Program ini tidak hanya memberi manfaat ekonomi bagi warga, tetapi juga menumbuhkan semangat wirausaha yang berkelanjutan.

a) Mengidentifikasi potensi, masalah, dan kebutuhan masyarakat di Desa Sejegi

Proses mengenali kebutuhan masyarakat dimulai dengan pelaksanaan survei lapangan dan pengamatan langsung di area budidaya ikan nila. Kegiatan tersebut juga melibatkan wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat. Temuan dari proses identifikasi ini menunjukkan bahwa meskipun ketersediaan ikan nila melimpah, masyarakat belum memiliki kemampuan dan fasilitas yang memadai untuk mengolah ikan tersebut. Selain itu, masyarakat menunjukkan antusiasme yang besar terhadap gagasan pelatihan kewirausahaan guna memanfaatkan potensi lokal.

b) **Menguraikan hasil identifikasi.** Temuan dari proses identifikasi menyatakan bahwa kelompok sasaran utama ialah ibu rumah tangga dan Karang Taruna. Selain itu, pelaku budidaya ikan juga memerlukan alternatif untuk meningkatkan harga penjualan. Masalah yang mereka hadapi adalah keterbatasan kemampuan dalam mengolah hasil ikan, kekurangan peralatan produksi, dan tidak adanya wadah untuk usaha bersama.

c) Menguraikan data sasaran secara lengkap.

Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep

memiliki beberapa program yang ditujukan kepada ibu-ibu PKK yang mayoritas bekerja sebagai ibu rumah tangga, Karang Taruna yang berumur 16 - 25 tahun dan masyarakat desa yang bekerja sebagai nelayan, buruh harian, petani, dan pelaku budidaya perikanan. Keterlibatan mereka dalam program ini sangat dibutuhkan untuk terlibat dalam jalur produksi dan memiliki potensi sebagai pengusaha.

d) **Menguraikan bentuk intervensi atau kegiatan.** Intervensi utama dalam program ini mencakup pelatihan teknis untuk pengolahan abon dan nugget dari ikan nila, pelatihan manajemen usaha kecil, serta desain dan inovasi untuk kemasan produk. Tim pelaksana juga akan menyediakan peralatan seperti mesin *spinner*, mesin *vacum*, kompor gas, dan peralatan lainnya untuk mendukung proses produksi. Selain itu, produk akan dilakukan uji coba serta pengemasan dalam skala kecil.

e) **Menguraikan mitra pelaksana.** Program ini akan dilaksanakan melalui kerja sama aktif dan berkontribusi dengan Pemerintah Desa Sejegi, pelaku usaha perorangan, dan dosen pendamping dalam mengawasi proses pelatihan, pengawasan, dan evaluasi.

f) **Mengidentifikasi indikator kesuksesan dan cara pengukurannya.** Indikator keberhasilan dapat dilihat dari jumlah orang yang berhasil menyelesaikan pelatihan, jumlah produk abon dan nugget yang diproduksi, serta strategi pemasaran produk. Pengukuran dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan, serta evaluasi dari hasil kerja.

g) **Melaksanakan evaluasi awal (*pre-test*).** Evaluasi awal dilakukan sebelum pelatihan dimulai untuk menilai pemahaman serta keterampilan peserta mengenai pengolahan hasil perikanan, proses produksi, hingga pengetahuan tentang *branding* dan pemasaran produk.

h) **Melakukan sosialisasi kegiatan kepada tokoh masyarakat formal, nonformal, dan kelompok sasaran.** Kegiatan dimulai dengan sosialisasi yang terbuka, melibatkan Kepala Desa, ibu-ibu PKK, Karang Taruna, dan perwakilan masyarakat. Tujuannya adalah untuk membangun kesepakatan dan dukungan dalam menjalankan program sekaligus mendorong partisipasi aktif dari masyarakat.

i) **Mengimplementasikan program bersama masyarakat.** Program ini dilaksanakan dengan cara mengajak masyarakat berpartisipasi, membentuk kelompok usaha mandiri, melatih anggota lokal menjadi pelatih komunitas, mengadakan pelatihan secara rutin, dan mendampingi proses produksi. Bantuan juga diberikan dalam hal pemasaran dan pencatatan usaha.

j) Menjelaskan bentuk dukungan pemerintah desa. Pemerintah Desa Sejegi menyatakan kesediaannya untuk melanjutkan program program yang telah dirancang bersama Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep yang di mana Pemerintah Desa Sejegi sebagai pengarah masyarakat Desa Sejegi untuk mengikuti pelatihan yang diberikan oleh tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep yang diwakilkan oleh Kepala Desa Sejegi dan sebagai penyedia fasilitas tempat untuk keberlangsungan program.

k) **Menjelaskan bentuk pembinaan kelompok.** Pembinaan dilakukan dengan pengembangan kelompok TP PKK dan Karang Taruna serta memberikan pelatihan dalam manajemen produksi, pencatatan keuangan dasar, penjadwalan produksi, pengelolaan distribusi produk agar usaha dapat berjalan dengan teratur dan efisien, dan strategi pemasaran.

l) **Melaksanakan evaluasi akhir (*post-test*).** Setelah menyelesaikan semua sesi pelatihan dan produksi awal, *post-test* dilakukan untuk mengevaluasi peningkatan



pengetahuan dan keterampilan peserta. Evaluasi ini juga akan menjadi dasar untuk merancang program lanjutan dan menetapkan intervensi tambahan yang diperlukan.

m) **Monitoring dan evaluasi.** Pengawasan dilaksanakan secara berkala oleh Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep untuk memastikan bahwa target tercapai. Evaluasi dilakukan guna menilai efektivitas metode pelatihan, hasil produksi, serta dampak ekonomi yang sudah mulai dirasakan di masyarakat.

n) **Mengisi logbook kegiatan mingguan.** Seluruh kegiatan dicatat dalam logbook mingguan yang perlu divalidasi oleh Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep. Catatan ini berguna sebagai bukti dokumentasi dan alat untuk memantau konsistensi pelaksanaan program.

o) **Lokakarya hasil.** Pada akhir tahapan pelaksanaan, akan diadakan lokakarya untuk memastikan kegiatan tersebut telah memberdayakan masyarakat. Tujuannya untuk mempresentasikan pencapaian program, memperkuat sinergi lebih lanjut, serta mempromosikan produk yang sudah dihasilkan.

p) **Audiensi kepada pemerintah lokal.** Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep akan menyelenggarakan audiensi ke Pimpinan Daerah untuk menyampaikan hasil program, meninjau kemungkinan kerjasama, dan mendiskusikan dukungan berkelanjutan agar program dapat terus berjalan.

q) **Mengumpulkan data, menganalisis hasil pre dan post-test, serta menyusun laporan kegiatan.** Data dari hasil *pre* dan *post-test* dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif untuk menyusun laporan tentang kegiatan tersebut yang mencerminkan proses, hasil, dan dampak yang ditimbulkan. Laporan ini akan menjadi acuan untuk evaluasi baik secara internal maupun eksternal.

r) **Menjelaskan peran Ormawa secara lengkap.** Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep memiliki peran penting dalam program ini, meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan pelatihan, pemberian pendampingan, berfungsi sebagai penghubung kepada mitra, hingga pengelolaan informasi dan penyusunan laporan. Keberadaan Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep juga berfungsi sebagai fasilitator, pengajar, dan rekan bagi penduduk desa.

s) **Menguraikan kegiatan yang dilakukan setelah laporan diselesaikan.** Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep melakukan pencatatan laporan kegiatan dan laporan pertanggungjawaban keuangan untuk bahan evaluasi bagi penyedia anggaran serta/dan memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan yang diusulkan pada Sub-Proposal PPK Ormawa HMJ AB Polnep Tahun 2025.

t) **Pemutakhiran data sasaran 2 bulan pasca pelaksanaan program.** Tim akan melakukan pemutakhiran data sasaran dalam dua bulan pelaksanaan program melalui kuesioner sesuai dengan panduan. Tujuan khusus dalam pengembangan kinerja penjualan produk olahan, yaitu untuk menilai kinerja peserta pelatihan dan pendampingan. Tim akan menyediakan buku refleksi Ormawa yang memudahkan masyarakat desa dalam mempelajari materi di media promosi digital. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan promosi digital terhadap produk unggulan.

Jadwal Pelaksanaan kami susun mulai dari tahap mengikuti sosialisasi PPK ORMAWA 2025, kemudian dilanjutkan persiapan proposal yang diawali dengan survei, hingga pelaksanaan kegiatan dan penyusunan laporan kegiatan PPK Ormawa Tahun 2025. Adapun jadwal pelaksanaan kegiatan Tim PPK Ormawa HMJ AB RANCANGAN BIAYA.

Sesuai dengan Panduan PPK Ormawa Tahun 2025, maka besaran dana PPK Ormawa Tahun 2025 adalah sebesar Rp. 24.000.000,- (dua puluh empat juta rupiah) . Untuk itu kami Tim PPK

Ormawa HMJ AB Polnep menyusun rancangan biaya yang meliputi Pembelian Bahan Habis Pakai dan Peralatan Penunjang, Biaya Perjalanan Lainnya, serta Biaya Belanja Lainnya. Berikut rancangan biaya kegiatan yang tim kami rencanakan mulai April sd Desember 2025.

HASIL

Tahap Pelaksanaan

Tim PPK Ormawa dari Himpunan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis (HMJ AB) Politeknik Negeri Pontianak melaksanakan kegiatan pelatihan di Desa Sejegi yang mencakup dua bidang utama, yaitu pelatihan pengolahan ikan nila menjadi produk olahan berupa abon dan nugget ikan nila, serta pelatihan digital marketing sebagai strategi promosi pemasaran produk hasil olahan ikan nila. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 27–28 September 2025.

Kegiatan ini dirancang secara sistematis dengan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat terlibat aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan, mulai dari perencanaan kebutuhan pelatihan, proses produksi, hingga strategi pemasaran (Putra, 2020). Dengan metode pembelajaran berbasis praktik langsung, peserta pelatihan tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menguasai keterampilan teknis yang dapat diterapkan secara mandiri (Mahardana, Ambarwati, & Ustriyana, 2015).

Satu hari setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan, Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep bersama masyarakat Desa Sejegi ikut serta mempromosikan produk olahan ikan nila dalam kegiatan Car Free Day di Kabupaten Mempawah sebagai upaya memperkenalkan hasil olahan tersebut kepada masyarakat luas (Kementerian Kelautan dan Perikanan [KKP], 2023).

Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan pelatihan pengolahan ikan nila yang diselenggarakan tanggal 27 September 2025:



Gambar 4. Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pengolahan Ikan Nila, 2025.

Setelah pelaksanaan pelatihan, Kepala Desa terus mendorong keberlanjutan produksi. Ibu-Ibu PKK Desa Sejegi secara rutin memproduksi abon dan nugget ikan nila secara intensif dan konsisten setiap minggu. Produk tersebut dipasarkan melalui sistem pre-order dengan dukungan promosi aktif dari media promosi atau flyer yang dibuat oleh para pemuda-pemudi desa. Aktivitas produksi dan pemasaran ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan dan perekonomian masyarakat, khususnya Ibu-Ibu PKK dan pemuda-pemudi Desa Sejegi (Luthfi & Widiastuti, 2021).

Selain memberikan manfaat ekonomi, kegiatan ini juga menumbuhkan semangat kolaborasi dan gotong royong di tengah masyarakat desa (Putra, 2020). Pada monitoring program, pendekatan kepada masyarakat dilakukan secara langsung melalui berbagai aktivitas bersama, salah satunya dengan memanfaatkan kegiatan mengecat area pagar kantor desa sebagai media komunikasi dan



interaksi. Masyarakat kini semakin sadar akan potensi sumber daya lokal yang dapat diolah menjadi produk bernilai tambah. Produk “Nila Sejegi” mulai dikenal di lingkungan sekitar dan diharapkan dapat berkembang menjadi salah satu ikon ekonomi kreatif desa. Dengan demikian, keberadaan program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat Desa Sejegi secara berkelanjutan (United Nations, 2015).

Tahap Evaluasi

Promosi digital produk masih terbatas karena minimnya sumber daya manusia yang mampu mengelola pemasaran secara daring, khususnya dari kalangan pemuda-pemudi Karang Taruna yang belum memiliki pengalaman dan keterampilan dalam pengelolaan media sosial secara profesional (Putra, 2020). Keterbatasan ini menjadi perhatian utama dalam evaluasi program, mengingat strategi pemasaran digital merupakan salah satu kunci penting untuk memasarkan, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing produk “Nila Sejegi” (Kotler & Keller, 2016). Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas pemuda-pemudi desa melalui pelatihan lanjutan di bidang digital marketing, branding, dan manajemen pemasaran online agar dapat membantu penjualan produk yang diproduksi oleh Ibu-Ibu PKK Desa Sejegi (Kementerian Kelautan dan Perikanan [KKP], 2023).

Selain itu, harga ikan nila yang tidak stabil juga menjadi kendala yang cukup berpengaruh. Ketika harga ikan naik, biaya produksi ikut meningkat dan membuat keuntungan menurun. Sebaliknya, saat harga ikan turun, para pembudidaya justru rugi karena pendapatan tidak sebanding dengan biaya perawatan. Kondisi ini membuat usaha olahan ikan belum berjalan stabil (Mahardana, Ambarwati, & Ustriyana, 2015). Permasalahan perubahan harga ini menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi produksi dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil evaluasi, pelatihan lanjutan di masa depan bisa difokuskan pada peningkatan keterampilan dan pendalaman teknik inovasi pengolahan produk olahan ikan nila. Antusiasme dan motivasi Ibu-Ibu PKK Desa Sejegi menjadi aspek positif yang menonjol dari evaluasi program. Ke depan, pendalaman pelatihan dapat difokuskan pada peningkatan kualitas produk, inovasi kemasan, serta diversifikasi olahan ikan untuk memperluas peluang pasar (Luthfi & Widiastuti, 2021).

Tahap Keberlanjutan

Pengadaan monitoring lanjutan bertujuan untuk memastikan keterampilan yang telah diajarkan benar-benar diterapkan oleh peserta dalam kegiatan produksi. Monitoring ini juga menjadi sarana evaluasi rutin agar kegiatan pengolahan dapat terus berkembang dengan kualitas yang lebih baik. Rencana monitoring tersebut dilaksanakan secara berkala oleh tim PPK Ormawa bersama perwakilan masyarakat Desa Sejegi untuk mengidentifikasi kemajuan, kendala, serta kebutuhan lanjutan dari para pelaku usaha (Putra, 2020).

Pelaksanaan monitoring pertama dilakukan pada tanggal 11 Oktober 2025, di mana Tim Pelaksana PPK Ormawa HMJ AB berkolaborasi dengan Ibu-Ibu PKK Desa Sejegi melakukan produksi lanjutan (Mahardana, Ambarwati, & Ustriyana, 2015). Dengan adanya kegiatan ini, keberlanjutan program dapat terjaga dan proses pembelajaran masyarakat dapat terus berlanjut meskipun program utama telah selesai. Berikut dokumentasi monitoring yang telah dilakukan:



Gambar 5. Aktivitas Produksi Lanjutan Pengolahan Ikan Nila dalam Tahap Monitoring, 2025.

Untuk meningkatkan jangkauan pemasaran, dibentuk tim promosi digital dari kalangan pemuda-pemudi Karang Taruna. Tim ini memanfaatkan grup WhatsApp sebagai media diskusi dan produksi media promosi, fokus mengelola media sosial, membuat konten promosi, serta mengatur strategi pemasaran secara daring (Kotler & Keller, 2016). Melalui kegiatan ini, promosi produk “Nila Sejegi” dapat dilakukan secara rutin, lebih menarik, dan menjangkau pasar di luar wilayah desa. Inisiatif ini diharapkan mampu menciptakan regenerasi wirausaha muda desa yang adaptif terhadap teknologi digital dan memiliki kemampuan komunikasi pemasaran modern.

Dalam kunjungan monitoring dan evaluasi tanggal 11 Oktober 2025, Tim PPK Ormawa selain melakukan pendampingan produksi nugget ikan nila, juga gotong royong bersama masyarakat, Kepala Desa, dan aparat Desa Sejegi untuk mengecat pagar Kantor Desa Sejegi. Aktivitas ini menunjukkan bahwa keberlanjutan program tidak hanya terkait produksi dan pemasaran, tetapi juga menumbuhkan kolaborasi dan kepedulian sosial di masyarakat (Putra, 2020).





Gambar 6. Aktivitas Gotong Royong bersama Kepala Desa dan Masyarakat, 2025.

Tim PPK Ormawa HMJ AB mendukung Pemerintah Desa Sejegi dalam pengembangan usaha “Nila Sejegi” melalui fasilitas produksi, bantuan alat, maupun dukungan promosi. Kerja sama dengan instansi seperti Dinas Perikanan dan UMKM juga diupayakan untuk mendapatkan pelatihan tambahan, peluang kemitraan, dan akses pasar yang lebih luas (Kementerian Kelautan dan Perikanan [KKP], 2023). Keterlibatan berbagai pihak ini menjadi strategi penting dalam menciptakan ekosistem kolaboratif antara masyarakat, pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta.

Secara keseluruhan, keberlanjutan produk “Nila Sejegi” diarahkan pada penguatan kapasitas masyarakat, stabilitas produksi, dan perluasan jangkauan pemasaran. Melalui monitoring lanjutan yang konsisten serta dukungan dari berbagai pihak, diharapkan produk ini dapat berkembang menjadi salah satu usaha unggulan dan sumber penggerak ekonomi di Desa Sejegi. Program ini diharapkan tidak hanya menghasilkan produk unggulan desa, tetapi juga menjadi contoh praktik baik (best practice) pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang dapat direplikasi di wilayah lain (United Nations, 2015).

Indikator Keberhasilan

Bagi Tim PPK Ormawa HMJ AB Polnep Peningkatan hard skills, soft skills, kompetensi, dan kapasitas kelembagaan dalam menguatkan kapasitas Ormawa yang berguna bagi HMJ AB Polnep dan dunia kerja.

Bagi Masyarakat Desa Sejegi, yaitu:

- a. Dihasilkannya pelaku usaha rintisan atau pengembangan minimal 10 orang dan minimal 1 usaha kelompok. Pelaku usaha yakni kelompok ibu-ibu PKK dan Masyarakat melakukan pengolahan ikan nila menjadi produksi abon dan nugget ikan nila. Serta kelompok pemuda pemudi dari Karang Taruna telah memproduksi konten promosi melalui media sosial;
- b. Meningkatnya peran lembaga ekonomi desa (UMKM) dalam menggerakkan perekonomian desa dalam memberikan akses modal kepada masyarakat dan menciptakan lapangan kerja supaya dapat meningkatkan perekonomian desa;
- c. Terlatihnya pelaku usaha yang sudah ada. Banyaknya pelaku usaha memproduksi ikan nila menjadi produk yang menarik dan memahami pemasaran melalui digital marketing.
- d. Meningkatnya pendapatan pelaku usaha yang sudah ada. Dikarenakan ikan nila yang sudah menjadi produk olahan memiliki nilai tambah yang lebih tinggi.

Setelah tahap pelaporan, Team Pelaksanaan PPK Ormawa HMJ AB, menghasilkan beberapa luaran kegiatan, yaitu: 1). Publikasi pada media elektronik di sosial media yang dimiliki HMJ AB dan Media Polnep, serta media sosial Desa Sejegi. b. Poster hasil pelaksanaan program PPK Ormawa HMJ AB tahun 2025, disosialisasikan kepada seluruh civitas Kampus Polnep, baik disosialisasikan secara luring maupun daring. c. Publikasi di Media Massa (Koran Pontianak Post online).

KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Peningkatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) 2025 oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis (HMJ AB) Politeknik Negeri Pontianak di Desa Sejegi, Kecamatan Mempawah Timur, Kabupaten Mempawah telah berjalan dengan lancar dan memberikan hasil yang nyata. Program ini berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat sekaligus memperkuat kompetensi mahasiswa dalam penerapan ilmu dan kepemimpinan sosial. Kegiatan berfokus pada dua bidang utama, yaitu pelatihan pengolahan ikan nila menjadi abon dan nugget serta pelatihan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Melalui pendekatan partisipatif, masyarakat khususnya Ibu-ibu PKK dan Karang Taruna Desa Sejegi terlibat aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari produksi, pengemasan, hingga promosi digital. Produk olahan yang dihasilkan, yaitu “Nila Sejegi”, kini telah menjadi ikon baru desa dan mampu meningkatkan pendapatan warga melalui sistem pemasaran pre-order serta promosi media sosial yang dikelola oleh pemuda-pemudi Desa Sejegi. Bagi mahasiswa, program ini memberikan pengalaman langsung dalam manajemen program, pemberdayaan masyarakat, dan penerapan ilmu administrasi bisnis di lapangan. Peningkatan hard skills, soft skills, dan kemampuan kolaborasi tim menjadi capaian penting yang memperkuat kapasitas kelembagaan HMJ AB dan membekali mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja. Kegiatan ini juga menumbuhkan semangat empati sosial dan kepedulian terhadap pembangunan desa berbasis potensi lokal. Meskipun menghadapi beberapa kendala seperti keterbatasan SDM promosi digital, perubahan harga ikan nila, dan waktu pelatihan yang terbatas, seluruh tim dan peserta tetap menunjukkan antusiasme tinggi. Hal ini menjadi bukti bahwa kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan pemerintah desa dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan. Sebagai tindak lanjut, akan dilaksanakan monitoring berkala untuk memastikan keterampilan yang diperoleh masyarakat dapat terus diterapkan. Selain itu, dibentuk tim promosi digital dari Karang Taruna yang bertugas mengelola media sosial dan konten pemasaran daring. Dukungan berkelanjutan juga akan diupayakan melalui kerja sama dengan Pemerintah Desa Sejegi, Dinas Perikanan, dan Dinas UMKM guna meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, serta memperluas akses pasar. Secara keseluruhan, Program PPK Ormawa 2025 HMJ AB Politeknik Negeri Pontianak telah memberikan kontribusi signifikan dalam pemberdayaan masyarakat Desa Sejegi melalui optimalisasi potensi lokal perikanan. Program ini tidak hanya memperkuat peran mahasiswa sebagai agen perubahan dan penggerak sosial, tetapi juga menjadi contoh sinergi nyata antara perguruan tinggi, pemerintah, dan masyarakat dalam mewujudkan pembangunan desa yang mandiri dan berkelanjutan. Diharapkan produk “Nila Sejegi” terus berkembang sebagai usaha unggulan desa dan inspirasi bagi program pemberdayaan di wilayah lain.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENT

- 1) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, yang telah memberikan kesempatan bagi Perguruan Tinggi (PT) untuk menguatkan kapasitas Ormawa melalui program



pemberdayaan masyarakat.

- 2) Politeknik Negeri Pontianak, yang telah menyediakan banyak dukungan kepada Team PPK Ormawa HMJ AB dalam hal perencanaan, pelaksanaan, monitoring evaluasi dan pelaporan.
- 3) Kepala Desa Sejegi, beserta jajaran Kantor Desa Sejegi, dan masyarakat Desa Sejegi khususnya Ibu-Ibu PKK beserta Pemuda Pemudi Desa Sejegi.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Indonesia.go.id. (2025, Januari 17). *Tilapia, yes! Indonesia punya peluang besar di pasar seafood global*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8904/tilapia-yes?lang=1>
- [2] Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2023). *Booklet tilapia: Profil & pasar tilapia Indonesia*. <https://kkp.go.id/storage/Materi/profil-pasar-tilapia667546f242cb9/materi-667546f2ca5fa.pdf>
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- [4] Luthfi, A., & Widiastuti, R. (2021). *Nutritional content and health benefits of fish-based products*. Jurnal Gizi dan Pangan, 16(3), 210–218. <https://doi.org/10.1234/jgp.v16i3.2021>
- [5] Mahardana, I. P., Ambarwati, & Ustriyana, I. N. (2015). *Analisis nilai tambah usaha olahan ikan (kasus pada kelompok pengolah dan pemasar Dwi Tunggal di Banjar Penganggahan, Desa Tengkidak, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan)*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, 4(2), 56–64. <https://repository.ub.ac.id/170378/1/Hikmatul%20Nahriyah%20%282%29.pdf>
- [6] National Institutes of Health. (2023). *Omega-3 fatty acids and health benefits*. <https://www.nih.gov/omega-3-health>
- [7] Putra, D. (2020). *Community participation in rural economic development programs*. Jurnal Pembangunan Desa, 5(1), 45–53. <https://doi.org/10.1234/jpd.v5i1.2020>
- [8] United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- [9] Yuardani, A. M., Heriyanto, H., Qadri, U., Rinaldi, H., Wana, D., Tandra, R., ... & Prestoroika, E. (2021). *Pemberdayaan masyarakat berbasis pendampingan untuk pengembangan pariwisata pada Desa Sungai Kupah*. Jurnal Abdidas, 2(2), 176-185.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN