

Peningkatan Kualitas dan Marketing Produk Makanan Khas Cilacap Berbasis SDA Bahari Kelompok UMKM Mina Rasa

**Zulfikar Yusya Mubarak^{1,a*}, Fajar Nurwibowo^{2,a}, Denih Agus Permana^{3,b},
Septiana Indratmoko^{4,b}, Tatang Tajudin^{5,b}, Ajeng puspo Aji^{6,b}, Muhammad
Roihan Arkaan^{7,a}, Nabila Ar Rohmah^{8,b}**

^aProgram Studi Bisnis Digital, Universitas Al-Irsyad Cilacap, Indonesia

^bProgram Studi Farmasi, Universitas Al-Irsyad Cilacap, Indonesia

Corresponding Author e-mail: zulfikaryusya@gmail.com

Received: September 2025; Revised: September 2025; Published: September 2025

Abstrak: Kelompok UMKM Mina Rasa merupakan pelaku usaha mikro di Cilacap pada produksi makanan olahan berbasis SDA Bahari. Produk yang dihasilkan meliputi abon tuna, sambal, kerupuk tenggiri, ikan jambrong, ikan jambal, serta olahan laut lainnya. Prinsip produksi sehat tanpa bahan pengawet kimia menjadi identitas utama. Namun, usaha ini menghadapi tantangan besar akibat perubahan tren pasar digital, meningkatnya persaingan produk sejenis, serta daya beli konsumen yang melemah. Kendala lain adalah masa simpan produk yang hanya bertahan 3 bulan, sederhana dalam pengemasan, dan terbatasnya peralatan sterilisasi, sehingga distribusi produk menjadi terhambat. Program ini hadir sebagai solusi pada inovasi teknologi dan pemasaran. Upaya dimulai dari pembuatan pengawet alami nanochitomin, uji produk, penerapan metode sterilisasi uap, hingga penggunaan sistem vacuum untuk memperpanjang umur simpan. Inovasi pengawetan alami berbasis nanochitomin dari limbah kulit udang merupakan pendekatan baru yang belum diterapkan sebelumnya di UMKM lokal Cilacap, di mana teknologi ini mampu meningkatkan ketahanan produk, menjaga kualitas gizi, serta mendukung prinsip ramah lingkungan melalui pemanfaatan limbah perikanan. Selanjutnya, dilakukan perbaikan desain kemasan agar lebih menarik. Pada aspek pemasaran, pendampingan diberikan melalui sosialisasi digital marketing, pengelolaan media sosial, serta strategi penjualan online di marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengetahuan peserta meningkat 55% setelah pelatihan berdasarkan hasil pre-post test. Melalui kegiatan ini, UMKM Mina Rasa diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta memperkuat posisi sebagai representasi kuliner khas bahari Cilacap yang inovatif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM Mina Rasa; Olahan Laut; Cilacap; Pengawet Alami; Digital Marketing.

Quality Improvement and Marketing of Cilacap's Local Food Products Based on Marine Resources by UMKM Mina Rasa

Abstract: Abstract: The Mina Rasa MSME Group is a micro-enterprise in Cilacap in the production of processed foods based on marine natural resources. The products produced include tuna floss, chili sauce, tenggiri crackers, jambrong fish, jambal fish, and other seafood products. The principle of healthy production without chemical preservatives is the main identity. However, this business faces major challenges due to changes in digital market trends, increasing competition from similar products, and weakening consumer purchasing power. Other obstacles are the product's shelf life which only lasts 3 months, simple packaging, and limited sterilization equipment, so that product distribution is hampered. This program is presented as a solution to technological and marketing innovation. Efforts start from the manufacture of natural preservative nanochitomin, product testing, application of steam sterilization methods, to the use of a vacuum system to extend shelf life. The innovation of natural preservatives based on nanochitomin from shrimp shell waste is a new approach that has not been implemented before in local MSMEs in Cilacap, where this technology is able to increase product durability, maintain nutritional quality, and support environmentally friendly principles through the utilization of fishery waste. Furthermore, improvements to the packaging design are made to make it more attractive. In terms of marketing, mentoring was provided through digital marketing outreach, social media management, and online sales strategies in marketplaces. The training resulted in a 55% increase in participants' knowledge after the training, based on pre-posttest results. Through this activity, Mina Rasa MSME is expected to improve product quality, expand its market, and strengthen its position as a representative of Cilacap's innovative, competitive, and sustainable maritime culinary specialties.

Keywords: UMKM Mina Rasa; Seafood Products; Cilacap; Natural Preservatives; Digital Marketing

How to Cite: Mubarak, Z. Y., Nurwibowo, F., Permana, D. A., Indratmoko, S., Tajudin, T., Aji, A. P., ... Rohmah, N. A. (2025). Peningkatan Kualitas dan Marketing Produk Makanan Khas Cilacap Berbasis SDA Bahari Kelompok UMKM Mina Rasa. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(3), 868–877. <https://doi.org/10.36312/linov.v10i3.3483>



<https://doi.org/10.36312/linov.v10i3.3483>

Copyright© 2025, Mubarak et al
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Kelompok UMKM Mina Rasa adalah kelompok usaha yang berfokus pada produksi dan pemasaran makanan olahan berbasis sumber daya alam bahari khas Cilacap. Berawal dari pemanfaatan hasil laut lokal yang melimpah, UMKM ini menghadirkan berbagai produk berkualitas tinggi seperti Abon Tuna, Sambal Mina Rasa, Kerupuk Tenggiri, Ikan Jambrong, dan Ikan Jambal dan olahan laut lainnya. Sayangnya, usaha ini mengalami guncangan akibat perubahan tren pasar digital dan kondisi ekonomi yang tidak menentu. Peralihan konsumen ke *platform* online, meningkatnya persaingan digital, munculnya usaha oleh-oleh dan produk olahan laut baru di Cilacap menunjukkan bahwa pasar kuliner berbasis sumber daya bahari semakin berkembang serta dengan daya beli yang melemah, konsumen semakin selektif dalam membelanjakan uang mereka, membuat tantangan bisnis semakin berat. Akibatnya, kurva penjualan yang hanya mengandalkan pemasaran lokal dan kerja sama dengan berbagai pihak terkait menurun drastis sehingga omset menurun lebih dari 50%.

Hingga saat ini, belum ada pendekatan berbasis pengawet alami nanochitomin dari limbah laut yang diterapkan pada UMKM makanan laut khas Cilacap. Padahal, inovasi ini sangat potensial tidak hanya untuk memperpanjang umur simpan produk olahan laut tanpa bahan kimia berbahaya, tetapi juga dapat meningkatkan nilai tambah dari limbah perikanan. Selain itu, integrasi inovasi pengawetan alami ini dengan strategi pemasaran digital juga belum pernah dioptimalkan oleh UMKM setempat, sehingga terjadi kesenjangan antara potensi inovasi teknologi dengan praktik nyata di lapangan

Kondisi usaha UMKM Mina Rasa dalam ditengah usahanya diperparah oleh singkatnya waktu penyimpanan produk (3 bulan) yang berbahan dasar ikan maupun olahan laut lainnya. Hal ini berefek pada semakin tingginya potensi kerugian dan rendahnya ekspansi pasar produk makanan olahan laut sebab distribusi produk tentu membutuhkan waktu. Prinsip untuk tidak menggunakan produk pengawet kimia memang dipegang erat oleh UMKM Mina Rasa dalam produksinya, sebab kesehatan konsumen menjadi prioritasnya sejak lama. (Zulfikar et al., 2025)

Kendala lain adalah sederhananya proses pengemasan dan minimnya peralatan sterilisasi yang juga berkontribusi pada pendeknya umur simpan produk. Selain itu, UMKM Mina Rasa belum memaksimalkan aspek teknologi dalam memasarkan produk sehingga hanya tergantung pada penjualan melalui toko dan pemesanan melalui komunikasi langsung maupun *whatsapp*. Masalah prioritas utama untuk diselesaikan adalah usia penyimpanan produk makanan olahan laut dan ruang lingkup pemasarannya. Hal tersebut diperoleh dengan pertimbangan bahwa dalam kondisi ekonomi sulit sekalipun, usaha harus tetap dijalankan agar tidak terjadi perumahan dan pemberhentian karyawan. Demi menekan biaya operasional, maka waktu penyimpanan produk harus diperpanjang agar produk makanan olahan laut tidak ada yang basi dan terbuang ketika penjualan minim. (Prasetya et al., 2020). Selain itu, biaya produksi juga dapat ditekan sebab pembuatan produk tidak perlu

dilakukan setiap hari seperti biasanya jika kondisi stok masih tergolong aman dalam rentang waktu yang lebih lama. (Indratmoko et al., 2018)

Observasi tim pengusul mengkonfirmasi bahwa pembuatan produk makanan olahan laut mengikuti proses umum tanpa bahan pengawet, kecuali penggunaan bumbu rahasia dapur. Ketidakmauan mitra untuk menggunakan pengawet kimia juga menjadi tantangan tersendiri bagi tim pengusul untuk menemukan bahan atau metode yang tepat untuk pengawetan tanpa mempengaruhi rasa khas dari olahan makanan tersebut. Temuan lain pengusul menunjukkan bahwa meskipun produksi olahan laut seperti sambal maupun abon dilakukan dengan bersih dan higienis, akan tetapi keseluruhan proses pembuatan hingga pengemasan produk dilakukan tanpa menggunakan instrumen sterilisasi yang memadai. Imbasnya, Sambal dan abon atau produk ikan lainnya yang tanpa bahan pengawet lebih rentan terkontaminasi mikroorganisme sehingga memperpendek waktu simpan (Dhaliwal et al., 2018). Dalam hal pemasaran, ruang lingkup bisnis UMKM masih tergolong sangat kecil hanya dalam skala lokal sekitar Cilacap. Peralihan preferensi konsumen ke *platform* online, meningkatnya persaingan digital, serta fluktuasi daya beli masyarakat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan dan belum stabilnya daya jual beli masyarakat secara masif menurunkan penjualan produk makanan olahan laut khas Cilacap. Selain itu, bahwa UMKM belum optimal memaksimalkan aspek teknologi informasi. (Weser et al., 2019) Usaha kreatif ini bahkan belum terhubung dengan *marketplace* manapun dan belum memiliki sistem pemasaran digital yang terstruktur dan sistematis. Sesekali kelompok ini hanya menggunakan media sosial *Whatsapp* untuk promosi tetapi hasilnya belum memuaskan. Beragam permasalahan tersebut tentu membutuhkan solusi jitu melalui penerapan teknologi dalam produksi dan pemasaran sebagai angin segar untuk memulihkan dan membangkitkan perekonomian usaha mitra. (Anggraeni et al., 2020)

Hulu usaha kelompok UMKM Mina Rasa ini meliputi sumber daya alam (SDA) bahari yang menjadi bahan baku utama dalam pembuatan produk makanan olahan laut khas Cilacap ini. Di wilayah Cilacap, SDA bahari yang potensial untuk diolah menjadi produk olahan yaitu sambal ikan, sambal cumi-cumi, Abon Tuna, Kerupuk Tenggiri, ikan jambal dan ikan jambrong. Namun, kondisi eksisting dari hulu usaha ini masih terdapat beberapa kendala, antara lain:

1. Keterbatasan teknologi dan sumber daya manusia dalam pengolahan SDA bahari menjadi produk olahan makanan berbasis bahari berkualitas.
2. Tidak adanya standardisasi dan sertifikasi kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Mina Rasa.
3. Terbatasnya akses pasar yang mempengaruhi kemampuan kelompok UMKM Mina Rasa untuk memperluas jaringan distribusi produk mereka.

Sementara itu, hilir usaha Mina Rasa berbasis SDA bahari ini meliputi proses pemasaran dan distribusi produk olahan kepada konsumen. Kondisi eksisting dari hilir usaha ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran yang tepat dan efektif dalam memasarkan produk makanan olahan laut khas Cilacap
2. Tidak adanya promosi dan branding yang konsisten dalam memasarkan produk makanan olahan laut khas Cilacap serta digitalisasi belum tersentuh.
3. Terbatasnya jaringan distribusi yang mempengaruhi kemampuan kelompok UMKM Mina Rasa untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Dalam kondisi eksisting yang demikian, diperlukan kegiatan pengabdian masyarakat untuk membantu kelompok UMKM Mina Rasa dalam mengatasi kendala-kendala tersebut dan meningkatkan kualitas dan pemasaran produk mereka. Kegiatan

pengabdian masyarakat yaitu Peningkatan Kualitas dan Marketing Produk Olahan Makanan Khas Cilacap Berbasis Sumber Daya Alam Bahari Pada Kelompok UMKM Mina Rasa bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemasaran produk olahan makanan khas Cilacap berbasis SDA bahari yang dihasilkan oleh kelompok UMKM Mina Rasa di wilayah Cilacap. (Damanik et al., 2021)

Kegiatan ini sejalan dengan visi *Asta Cita* yang menekankan pada pemberdayaan ekonomi kerakyatan dan penguatan UMKM sebagai pilar utama pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagai bagian dari program IKU perguruan tinggi, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam membantu UMKM Mina Rasa meningkatkan daya saing melalui optimalisasi strategi pemasaran digital. Peningkatan kualitas produk produk makanan olahan laut khas Cilacap berbasis SDA bahari akan dilakukan melalui penyediaan pelatihan dan bimbingan dalam penggunaan teknik produksi yang lebih baik dan efisien, serta penggunaan bahan baku yang berkualitas. Sedangkan untuk pemasaran produk, kelompok UMKM Mina Rasa akan dibantu dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat dan efektif serta memperluas jaringan distribusi produk mereka dengan penggunaan platform digital.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan kelompok UMKM Mina Rasa dapat meningkatkan kualitas produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini juga dapat membantu meningkatkan kualitas dan relevansi pendidikan di perguruan tinggi melalui penerapan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat.

Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kualitas produk dan daya saing UMKM Mina Rasa melalui inovasi pengawetan alami dan strategi pemasaran digital

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pelatihan, sosialisasi, dan demonstrasi langsung pembuatan pengawet alami berbasis *nanochitomin* yang dikembangkan dari sumber daya hayati lokal. Serangkaian tahapan kegiatan meliputi penyuluhan mengenai manfaat nanochitomin sebagai pengawet organik yang aman bagi kesehatan dan potensinya dalam memperpanjang umur simpan produk olahan hasil laut, pelatihan teknis pembuatan nanochitomin melalui proses ekstraksi kitin dari limbah kulit udang, pengolahan menjadi kitosan, dan modifikasi menjadi nanochitomin, hingga penerapannya secara langsung pada produk olahan seperti abon tuna, kerupuk tenggiri, dan sambal khas Cilacap. Selain itu, kegiatan juga mencakup pelatihan mengenai strategi pengemasan modern, pemasaran digital, dan pengembangan merek agar produk olahan UMKM Mina Rasa memiliki daya saing yang lebih tinggi (Nurhamidah et al., 2024; Pagarraga et al., 2024).

Dalam kegiatan ini, dosen berperan sebagai pemateri utama dalam penyampaian materi, fasilitator dalam diskusi interaktif, serta pembimbing teknis pada sesi praktikum pembuatan nanochitomin dan penerapannya pada produk. Selain itu, dosen juga terlibat dalam perencanaan kegiatan, koordinasi dengan mitra, penyusunan modul pelatihan, serta evaluasi hasil kegiatan. Mahasiswa turut berperan aktif sebagai bagian dari program kerja ketiga. Mereka bertugas sebagai MC dan moderator, narasumber pendamping pada praktik laboratorium sederhana, fasilitator dalam sesi penerapan nanochitomin pada produk, serta tim dokumentasi dan logistik untuk mendukung kelancaran teknis kegiatan.

Mitra dalam kegiatan ini adalah kelompok UMKM Mina Rasa, yang berlokasi di Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Kelompok ini beranggotakan sekitar 20 orang pelaku usaha mikro yang memproduksi makanan olahan berbasis sumber daya alam

bahari, antara lain abon tuna, sambal, kerupuk tenggiri, ikan jambrong, dan ikan jambal. Peserta kegiatan berjumlah 20 orang, seluruh anggota aktif UMKM Mina Rasa, dipilih secara purposive sampling berdasarkan keterlibatan aktif dalam kegiatan produksi. Sebagai kelompok UMKM yang konsisten mengusung prinsip produksi sehat tanpa bahan pengawet kimia, mereka menghadapi kendala serius berupa umur simpan produk yang singkat, rata-rata hanya tiga bulan. Keterbatasan teknik pengawetan, minimnya peralatan sterilisasi, serta sederhana dalam pengemasan menjadi tantangan besar dalam memperluas pasar. Dengan potensi produk bahari khas Cilacap yang tinggi, UMKM Mina Rasa menunjukkan antusiasme besar dalam mengikuti kegiatan pelatihan, meskipun sebagian besar anggota belum memiliki keterampilan teknis dalam inovasi teknologi pangan, sehingga membutuhkan pendampingan berkelanjutan.

Tahap pra-kegiatan diawali dengan koordinasi awal antara tim dosen dan mahasiswa dengan Ketua Kelompok UMKM Mina Rasa guna membahas rencana kegiatan, kebutuhan logistik, serta penjadwalan acara. Selanjutnya dilakukan identifikasi potensi bahan baku, di mana kulit udang dan limbah perikanan lokal dipilih sebagai sumber utama kitin yang akan diolah menjadi *nanochitomin*. Tim kemudian menyusun materi pelatihan, termasuk modul singkat mengenai teknik pembuatan nanochitomin, metode aplikasi pada produk olahan laut, serta strategi pemasaran berbasis digital. Untuk mendukung partisipasi aktif peserta, informasi kegiatan disebarluaskan melalui grup WhatsApp anggota UMKM serta pemberitahuan langsung oleh pengurus kelompok.

Kegiatan inti dari program ini berupa pelatihan pembuatan nanochitomin dan strategi bisnis, yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Agustus 2025, pukul 09.00 hingga 12.00 WIB. Kegiatan berlangsung di Pabrik Mina Rasa dan diikuti oleh seluruh anggota UMKM Mina Rasa sebagai peserta utama. Dalam sesi ini, peserta mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai proses pembuatan nanochitomin, manfaatnya untuk memperpanjang umur simpan produk tanpa mengurangi kualitas gizi, serta teknik aplikasinya pada abon, sambal, dan kerupuk. Selanjutnya peserta diperkenalkan pada strategi bisnis sederhana, termasuk desain kemasan, branding produk, serta pemanfaatan marketplace dan media sosial untuk memperluas jaringan pemasaran.

Materi pelatihan disusun dalam tiga topik utama. Pertama, pengantar mengenai potensi nanochitomin sebagai pengawet alami yang ramah lingkungan dan bernilai ekonomi tinggi, sekaligus solusi atas keterbatasan penggunaan bahan kimia. Kedua, langkah teknis pembuatan nanochitomin, mulai dari persiapan bahan baku, proses ekstraksi kitin, pembuatan kitosan, hingga modifikasi menjadi nanochitomin siap pakai. Peserta juga diajarkan cara mengaplikasikannya pada produk olahan agar masa simpan dapat bertambah hingga 6–12 bulan. Ketiga, peserta dibekali dengan tips dasar kewirausahaan, meliputi perencanaan modal usaha kecil, pemilihan kemasan vakum modern, serta strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Untuk memastikan efektivitas program, dilakukan monitoring dan evaluasi dalam dua tahap, yaitu saat kegiatan berlangsung dan setelah kegiatan selesai. Evaluasi saat kegiatan dilakukan melalui observasi langsung, tanya jawab interaktif, dan wawancara singkat dengan peserta. Instrumen yang digunakan meliputi daftar hadir, catatan lapangan, dan lembar observasi keterlibatan. Instrumen evaluasi berupa angket disusun berdasarkan indikator kompetensi dan divalidasi oleh 2 pakar bidang teknologi pangan. Tujuan evaluasi ini adalah untuk menilai efektivitas

penyampaian materi, tingkat partisipasi peserta, dan sejauh mana keterampilan teknis dipahami serta dipraktikkan (Ahmad et al., 2020).

Sementara itu, evaluasi pasca kegiatan dilaksanakan satu minggu setelah pelatihan. Evaluasi ini mencakup penyebaran angket untuk mengukur dampak jangka pendek, wawancara dengan beberapa peserta kunci, serta observasi lapangan untuk melihat apakah peserta telah mencoba memproduksi kembali nanochitomin secara mandiri dan mengaplikasikannya pada produk mereka. Indikator keberhasilan yang digunakan meliputi peningkatan pengetahuan tentang teknologi pengawetan alami, keterampilan teknis pembuatan nanochitomin, penerapan nyata pada produk olahan laut, minat untuk berinovasi dalam produksi, serta adanya rencana konkret untuk memperluas usaha berbasis produk berasal dari Khas Cilacap dengan daya tahan simpan yang lebih panjang (Indratmoko et al., 2020).

Tabel 1. Ringkasan Kegiatan

Tahap Kegiatan	Aktivitas Utama	Pelaksana	Output
Pra-Kegiatan	Koordinasi dengan mitra, identifikasi bahan baku, penyusunan modul	Dosen & Mahasiswa	Rencana kegiatan, modul pelatihan
Sosialisasi	Penyuluhan manfaat nanochitomin	Dosen	Pemahaman awal peserta
Pelatihan Teknis	Ekstraksi kitin → kitosan → nanochitomin, aplikasi pada produk	Dosen & Mahasiswa	Produk olahan dengan pengawet alami
Pelatihan Bisnis	Desain kemasan, branding, pemasaran digital	Dosen	Strategi pengembangan usaha
Monitoring	Observasi, diskusi, wawancara	Tim	Data keterlibatan & respon peserta
Evaluasi	Angket, validasi pakar, observasi lapangan	Dosen	Indikator peningkatan kompetensi & keberlanjutan

HASIL DAN DISKUSI

1. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan

a. Deskripsi Kegiatan

Kegiatan ini merupakan bagian dari program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas Al Irsyad Cilacap yang dilaksanakan bersama mitra UMKM Mina Rasa di Kabupaten Cilacap. Tujuannya adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan potensi lokal berupa limbah kulit udang untuk diolah menjadi nanochitomin, yaitu pengawet alami yang aman dan efektif memperpanjang masa simpan produk olahan hasil laut. (Nafisah et al., 2020)

Acara berlangsung pada 2 Agustus 2025 di Aula Balai Mina Rasa Cilacap dengan tema “*Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Pengawet Alami Nanochitomin untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Bahari Khas Cilacap*”.

b. Demonstrasi Pembuatan Nanochitomin

Tim dosen Universitas Al Irsyad Cilacap berperan sebagai pemateri utama sekaligus tim demonstrasi. Mereka menjelaskan dan memperagakan proses pembuatan nanochitomin mulai dari ekstraksi kitin dari kulit udang, pengolahan menjadi kitosan, hingga modifikasi menjadi bentuk nano yang lebih stabil.

Selanjutnya ditunjukkan penerapan nanochitomin pada produk olahan seperti abon tuna, sambal, dan kerupuk tenggiri.

Demonstrasi ini disertai dengan alat bantu visual, modul pelatihan, serta praktik langsung, sehingga peserta dapat memahami setiap tahapan secara menyeluruh dan aplikatif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ahmad et al. (2020) yang menunjukkan bahwa penggunaan nanochitomin mampu memperpanjang masa simpan produk olahan laut hingga dua kali lipat.



Gambar 1. Demonstrasi pembuatan Nanochitomin

c. Penyampaian Materi Bisnis

Pada sesi lanjutan pelatihan, tim pengabdian menyampaikan materi tentang strategi pengembangan usaha menggunakan pendekatan BPK (Branding, Pemasaran, Kemasan). Pada aspek Branding, peserta diperkenalkan pada pentingnya membangun identitas produk dengan nama, logo, dan citra visual yang konsisten. Dalam aspek Pemasaran, dijelaskan strategi sederhana namun efektif menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pada bagian Kemasan, peserta diajak memahami peran kemasan vakum modern dalam menjaga kualitas produk sekaligus menarik perhatian konsumen.

Materi disampaikan secara interaktif dengan diskusi serta studi kasus sederhana, sehingga mudah dipahami dan dapat langsung diterapkan oleh pelaku UMKM. (Alam et al., 2025)



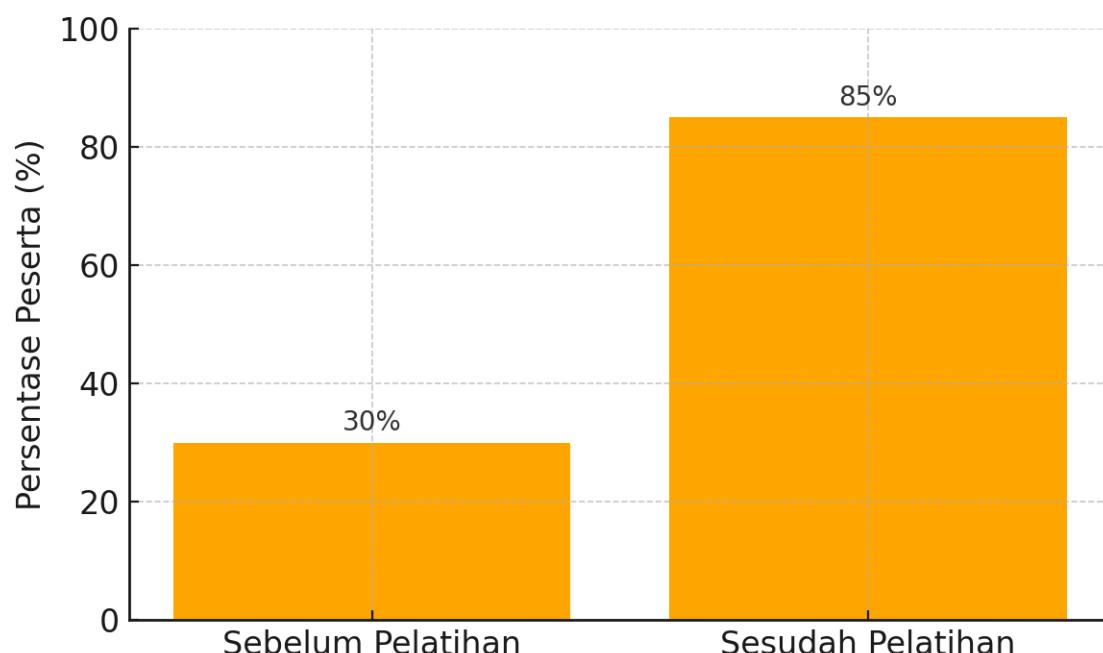
Gambar 2. Penyampaian Materi Bisnis

2. Monitoring dan Evaluasi

Selama kegiatan berlangsung, tim pelaksana melakukan observasi langsung terhadap keaktifan peserta. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, yang tercermin dari banyaknya pertanyaan serta partisipasi dalam praktik pembuatan nanochitomin

Evaluasi formal dilakukan melalui pre-test dan post-test sederhana menggunakan angket untuk mengukur tingkat pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebelum kegiatan hanya sekitar 30% peserta yang mengetahui konsep pengawet alami. Namun, setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan: 85% peserta mampu menjelaskan kembali proses pembuatan nanochitomin dan cara aplikasinya pada produk olahan laut. Dengan demikian, terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 55%, yang menunjukkan keberhasilan metode pelatihan berbasis praktik langsung.

Hasil Evaluasi Pengetahuan Peserta tentang Pengawet Alami (Nanochit



Gambar 3. Grafik Hasil monitirng dan evaluasi

3. Kendala yang Dihadapi

Dalam pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi di lapangan. Pertama, keterbatasan peralatan laboratorium sederhana seperti pengaduk magnetik, pH meter, dan alat sterilisasi, yang penting dalam proses pembuatan nanochitomin. Kedua, sebagian peserta masih memiliki pemahaman terbatas tentang pemasaran digital, sehingga perlu pendampingan khusus. Ketiga, kendala dalam akses bahan pendukung seperti kitosan berkualitas tinggi serta kemasan vakum modern yang masih relatif mahal.

Untuk mengatasi kendala tersebut, dirumuskan beberapa solusi strategis:

- Membangun kerja sama dengan koperasi nelayan dan UMKM lokal agar peralatan produksi dapat dikelola secara kolektif dan digunakan bergantian.
- Menyelenggarakan pelatihan lanjutan khusus pemasaran digital berbasis smartphone, sehingga mudah diperlakukan oleh pelaku UMKM.

- c) Menjalin kemitraan dengan distributor bahan kimia pangan dan produsen kemasan agar peserta dapat memperoleh bahan baku serta perlengkapan produksi dengan harga lebih terjangkau.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis peserta dalam inovasi pengawetan alami, tetapi juga memperkuat daya saing produk olahan laut khas Cilacap di pasar lokal maupun daring.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diperoleh data bahwa terjadi peningkatan signifikan pada aspek softskill maupun hardskill peserta. Kemampuan komunikasi, kerjasama tim, dan kepemimpinan sebagai bagian dari softskill mengalami peningkatan sebesar 70%, sementara keterampilan teknis dalam pembuatan nanochitomin serta pemahaman materi pada aspek hardskill meningkat hingga 80%, berdasarkan hasil evaluasi awal dan akhir kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa program pelatihan yang dilaksanakan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kompetensi peserta secara menyeluruh, baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan praktis.

Sebagai tindak lanjut, disarankan untuk dilakukan upaya pemasaran dan komersialisasi produk olahan hasil laut yang telah menggunakan pengawet alami nanochitomin secara lebih sistematis. Langkah tersebut dapat diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial, platform digital, serta kemitraan dengan pelaku usaha lokal maupun UMKM agar produk mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, pelatihan lanjutan yang berfokus pada pengembangan branding, strategi pemasaran, dan manajemen usaha juga direkomendasikan guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha berbasis inovasi ini. Kegiatan pengabdian ini dapat dijadikan sebagai model pengabdian terapan yang berpotensi direplikasi di bidang lain, serta menjadi dasar bagi kegiatan pengabdian lanjutan yang menitikberatkan pada analisis dampak ekonomi dan sosial dari hasil pelatihan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan potensi ekonomi lokal di Kabupaten Cilacap.

REKOMENDASI

Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan bersama UMKM Mina Rasa telah memberikan dampak positif dalam peningkatan kapasitas petani, baik dari sisi produksi, manajemen usaha, maupun pemasaran berbasis digital. Kolaborasi yang terjalin antara tim pelaksana, mitra masyarakat, dan pihak yang lain menjadi kunci keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Harapannya, kegiatan serupa dapat terus dilaksanakan secara berkelanjutan guna mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa berbasis potensi lokal yang inovatif dan berdaya saing.

ACKNOWLEDGMENT

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada DPPM 2025 dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemensaitek) atas dukungan pendanaan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dinas UMKM Kabupaten Cilacap atas dukungan dan fasilitasi selama proses kegiatan berlangsung. Penghargaan yang tulus diberikan kepada Universitas Al-Irsyad Cilacap (UNAIC), serta Kepada Dosen dan Mahasiswa program studi S1 Bisnis Digital dan S1 Farmasi

yang telah memberikan kontribusi tenaga, pemikiran, dan kolaborasi aktif dalam menyukseskan program pemberdayaan ini. Semoga kerja sama dan dukungan ini dapat terus terjalin untuk kegiatan-kegiatan pengabdian berikutnya demi kemajuan dan kemandirian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Usman, M., Nawaz, S., & Shahid, M. (2020). Biodegradable nanochitosan based on chitosan for eco-friendly food packaging. *Journal of Applied Polymer Science*, 137(17), 48569.
- Alam, M. S., Hasan, M., Hassan, M., & Islam, S. (2020). Preparation and characterization of chitosan nanoparticles loaded with curcumin for potential biomedical applications. *Biointerface Research in Applied Chemistry*, 10(5), 6829–6839.
- Anggraeni, R., & Sumarwan, U. (2020). The effect of social media marketing and branding on purchase intention in Instagram users. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 18(1), 63–73.
- Damanik, R., & Hasibuan, R. (2021). A review of biodegradable preservatives for food and beverages. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 10(1), 25–29.
- Dhaliwal, H. K., & Dhillon, G. S. (2018). Microbial spoilage of fruits and vegetables: A review. *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 7(2), 1332–1341.
- Indratmoko, S., Dewi, T. K., & Nurrahman, A. (2021). Pengembangan nanopartikel kitosan dan kurkumin dengan menggunakan Tween 80 dan PEG 400 sebagai pengawet pada bakso. *Jurnal Pharmaqueous*.
- Indratmoko, S., Tajudin, T., Mubarok, Z. Y., & Ananda, M. A. (2018). Peningkatan kualitas dan marketing produk sambal berbasis SDA bahari pada kelompok UMKM Sambal BSC (Bakul Sambal Cilacap). *Nal*, 6(1), 25–36.
- Lagaron, J. M. (2021). Active and intelligent packaging: The road ahead. In *Intelligent and active packaging for fruits and vegetables* (pp. 1–11). Elsevier.
- Mubarak, Z. Y., & Rony, N. (2025). Regulatory transformation of the digital economy and the challenges of personal data protection in Indonesia: A literature review.
- Mubarak, Z. Y., Latief, I. F., Wulansari, N., Putri, A. R. F., Wibowo, F. N., Ainun, A. N. A., & Nuryani, A. F. (2023). *Bunga rampai penguatan sektor technopreneurship untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat*. UNAIC Press.
- Nafisah, T., Wijayanti, H., & Wijaya, K. (2020). Formulasi sediaan nanoemulsi minyak bawang putih (*Allium sativum L.*) menggunakan Tween 80 sebagai surfaktan dan Span 80 sebagai ko-surfaktan. *Pharmacon*, 9(2), 132–144.
- Prasetya, A. (2020). Digital marketing for Indonesian small businesses: A review. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 8(1), 1–12.
- Webster, F. E., & Ivanovic, A. (2019). *Marketing strategy: A decision-focused approach* (8th ed.). Cengage Learning.
- Widiastuti, D., & Hasanah, U. (2020). Dampak penggunaan bahan kimia pada tanaman pangan terhadap kesehatan dan lingkungan. *Jurnal Penelitian Pertanian Tanaman Pangan*, 4(1), 1–10.