



## PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR MELALUI PENGEMBANGAN UMKM OLAHAN CUMI, STUDI DI DESA LANGGULA, KECAMATAN BATUDAA PANTAI, KABUPATEN GORONTALO

Nur ainun A. Jafar<sup>1</sup>, Sahrain Bumulo<sup>2</sup>, Funco Tanipu<sup>3</sup>

Universitas Negeri Gorontalo, Program Studi Sosiologi<sup>123</sup>

Email: [nurainundjafar131@gmail.com](mailto:nurainundjafar131@gmail.com)<sup>1</sup>, [sahrain@ung.ac.id](mailto:sahrain@ung.ac.id)<sup>2</sup>, [funco@ung.ac.id](mailto:funco@ung.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstract

*This study aims to explore the impact of a community empowerment program through the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) based on squid processing in Langgula Village, Batudaa Pantai District, Gorontalo Regency. The research focuses on how the program influences economic welfare, product innovation, production efficiency, and marketing strategies among coastal communities. This study employed a qualitative method with a case study approach, involving seven key informants consisting of village officials, fishermen, and MSME actors. Secondary data were also obtained from literature, statistical reports, and program documentation. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and document analysis, then processed using data reduction, data display, and conclusion drawing following the Miles and Huberman framework. The results indicate that the empowerment program significantly improved community welfare by providing alternative sources of income, particularly for women involved in MSME activities. Product innovations such as panada cumi (squid-filled pastry), squid chili sauce, ila bulo cumi (grilled squid), and squid dumplings emerged as outcomes of training and mentoring. The use of modern equipment enhanced production efficiency and hygiene, while promotional strategies through social media and local festivals expanded market reach. However, challenges remain in terms of limited capital, restricted market access, and inadequate infrastructure. Overall, the program has transformed community members into active development actors, strengthened household economies, fostered women's group collaboration, and increased women's participation in village development.*

**Keywords:** *Community empowerment, MSMEs, squid-based products*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dampak program pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis olahan cumi di Desa Langgula, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo, khususnya terhadap kesejahteraan ekonomi, inovasi produk, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran masyarakat pesisir. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan tujuh informan kunci yang terdiri dari aparat desa, nelayan, dan pelaku UMKM, serta didukung data sekunder dari literatur, laporan statistik, dan dokumentasi kegiatan program. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumen, kemudian dianalisis dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai kerangka kerja Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pemberdayaan secara signifikan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menyediakan sumber pendapatan alternatif, terutama bagi perempuan yang aktif dalam UMKM. Inovasi produk seperti panada cumi, sambal cumi, ila bulo cumi, dan somai cumi muncul sebagai hasil pelatihan dan pendampingan, sementara penggunaan peralatan modern meningkatkan efisiensi dan kebersihan produksi. Strategi promosi melalui media sosial dan festival lokal juga memperluas jangkauan pasar. Meski demikian, tantangan seperti keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, dan infrastruktur yang kurang memadai masih perlu diatasi. Program ini berhasil mengubah anggota masyarakat menjadi pelaku pembangunan aktif, memperkuat ekonomi rumah tangga, mendorong kolaborasi kelompok perempuan, dan meningkatkan partisipasi perempuan dalam pembangunan desa.

**Kata Kunci:** *Pemberdayaan Masyarakat, UMKM, olahan cumi, ekonomi pesisir*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia sebagai bangsa kepulauan memiliki aset keragaman hayati laut yang sangat luas, sehingga sektor maritim berpotensi besar memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Salah satu strategi penting adalah pemberdayaan masyarakat pesisir agar mereka mampu meningkatkan kesejahteraan secara mandiri. Masyarakat pesisir kerap menghadapi masalah kemiskinan, kerusakan lingkungan, dan ketidakpastian ekonomi, sehingga program pemberdayaan menjadi krusial untuk memperkuat kapasitas dan kualitas hidup mereka (Hasanah & Usrotul, 2019).

Pemberdayaan tidak hanya menempatkan masyarakat sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai subjek aktif dalam pengelolaan sumber daya. Dalam konteks ekonomi, peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi strategi yang relevan. UMKM berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi nasional, khususnya di masa pemulihan pasca-COVID-19 (Windusancono & Agus, 2021). Dukungan berupa modal, pelatihan, dan pendampingan terbukti menjadi faktor kunci untuk meningkatkan kinerja UMKM agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas (Supriyanto & Hana, 2020).

Provinsi Gorontalo, Desa Langgula, Kecamatan Batuda'a Pantai, dikenal sebagai Kampung Cumi, merupakan salah satu inisiatif pengembangan UMKM berbasis sumber daya lokal (Tanipu & Nento, 2024). Masyarakat memanfaatkan hasil tangkapan cumi untuk mengembangkan produk olahan seperti stik cumi, kecap cumi, peyek cumi, hingga sambal cumi. Inovasi ini tidak hanya menambah nilai ekonomi produk laut, tetapi juga membuka peluang kerja dan mengurangi ketergantungan pada hasil tangkapan ikan tuna yang menurun selama pandemi. Dukungan kemasan modern dan pemasaran melalui media sosial semakin meningkatkan daya saing produk olahan cumi Desa Langgula (Mardin et al., 2023). Namun, pengembangan UMKM masih menghadapi kendala, seperti keterbatasan modal, literasi digital rendah, dan pemenuhan legalitas usaha yang belum optimal.

Beberapa penelitian terdahulu membahas pemberdayaan masyarakat pesisir dan UMKM. Hasanah & Usrotul, (2019) menekankan peran pelatihan dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat pesisir, sementara Hamka et al., (2019) menyoroti keterkaitan antara pengelolaan sumber daya lokal dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian Windusancono dan Agus, (2021); Bilondadu et al. (2024) menekankan pentingnya dukungan modal dan pendampingan untuk UMKM pasca COVID-19. Sedangkan Mardin et al., (2023) mengkaji strategi pemasaran digital bagi UMKM produk perikanan, inovasi produk olahan cumi sebagai upaya peningkatan pendapatan lokal. Penelitian ini berbeda karena mengintegrasikan aspek pemberdayaan, inovasi produk olahan cumi, efisiensi produksi, serta strategi pemasaran berbasis digital, sekaligus menilai dampak program terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat secara menyeluruh.

Berdasarkan kerangka teori pemberdayaan masyarakat (empowerment theory) dan konsep UMKM sebagai motor ekonomi lokal, penelitian ini menganalisis bagaimana program pengembangan UMKM berbasis olahan cumi dapat memperkuat kemandirian masyarakat pesisir, meningkatkan ekonomi rumah tangga, serta menjaga keberlanjutan sumber daya laut. Penelitian ini tidak hanya memperkuat kajian akademik terkait pemberdayaan masyarakat dan UMKM, tetapi juga menghasilkan rekomendasi kebijakan untuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi non-pemerintah dalam merancang strategi pemberdayaan yang berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam dampak ekonomi dari program pemberdayaan masyarakat pesisir melalui pengembangan UMKM berbasis olahan cumi di Desa Langgula, Kecamatan Batuda'a Pantai, Kabupaten Gorontalo (Sugiyono, 2020). Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman, persepsi, dan dinamika sosial ekonomi masyarakat secara utuh, tidak hanya melalui data kuantitatif, tetapi juga makna yang dirasakan oleh pelaku UMKM, nelayan, dan masyarakat lokal. Penelitian dilaksanakan selama dua bulan, Maret-April 2025, di Desa Langgula yang dikenal dengan potensi olahan cumi dan belum banyak diteliti pada tema serupa.

Subjek penelitian adalah masyarakat pesisir yang terlibat dalam UMKM olahan cumi, dengan tujuh informan kunci: Kepala Desa Langgula (38 tahun) sebagai pengawas program; Ibu Susan (28), anggota Kelompok Dasa Wisma VIII; Ibu Hadija (43), Ketua Kelompok Dasa Wisma XI; Ibu Hadija (43), anggota Dasa Wisma IX; Ibu Ineng (39), istri nelayan; Ibu Yanti (44), anggota Dasa Wisma VII; dan Bapak Aidin Jafar (45), nelayan penyedia bahan baku. Informan dipilih secara purposif karena memiliki wawasan dan pengalaman langsung terkait implementasi program.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, laporan statistik, dan dokumen resmi. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, serta pengecekan ulang temuan dengan informan. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (Citriadin, 2020) mencakup reduksi data, penyajian data dalam narasi deskriptif dan matriks, serta penarikan kesimpulan. Kerangka analisis mengacu pada teori pemberdayaan masyarakat dan teori ekonomi lokal untuk menilai kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat.

Keterbatasan penelitian mencakup durasi lapangan yang terbatas, fokus hanya pada satu desa, dan kemungkinan bias subyektif informan dalam menggambarkan dampak program. Meski demikian, penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana program UMKM olahan cumi mendukung pembangunan ekonomi lokal dan partisipasi masyarakat pesisir.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM Olahan Cumi**

Program pemberdayaan masyarakat di Desa Langgula melalui UMKM berbasis olahan cumi bertujuan meningkatkan perekonomian masyarakat pesisir dengan memanfaatkan potensi lokal. Sebagian besar penduduk sebelumnya hanya menjual cumi mentah, sehingga pendapatan tidak stabil. Program ini menargetkan ibu rumah tangga yang tergabung dalam komunitas dasawisma untuk terlibat dalam kegiatan produktif, mengolah cumi menjadi produk bernilai tambah seperti peyek cumi, panada cumi, dan sambal cumi. Kegiatan ini tidak hanya menyediakan pelatihan keterampilan, tetapi juga mengajarkan manajemen usaha, strategi pemasaran, dan pentingnya kerja sama dalam kelompok. Diagram 1 menggambarkan alur program dari pelatihan, produksi, hingga pemasaran.



Gambar 1. Produk Olahan Cumi

Berdasarkan wawancara, Ibu Hadija, seorang pelaku UMKM, menyatakan:

“Setelah bergabung dalam UMKM olahan cumi, saya bisa memperoleh penghasilan tambahan yang membantu kebutuhan keluarga, misalnya membeli beras, sabun, dan buku anak kuliah.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa program memberikan peluang pendapatan tambahan bagi perempuan sekaligus mengubah peran sosial mereka dari pekerjaan domestik menjadi aktor ekonomi aktif. Temuan ini sesuai dengan Abubakar et al., (2024) yang menyebutkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui program ekonomi produktif meningkatkan pendapatan rumah tangga dan memperkuat posisi perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Program ini juga memberi manfaat pada nelayan sebagai penyedia bahan baku. Ibu Ineng (39) menjelaskan:

“Dulu kami hanya menjual cumi mentah dengan harga murah, sekarang bisa diolah jadi berbagai produk. Kami para ibu juga bisa bantu suami, jadi tidak hanya diam di rumah.”

Hasil ini sejalan dengan (Harold, 2023) yang menyatakan bahwa pelatihan pengolahan hasil laut meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan sekaligus memperluas peran mereka dalam sektor informal.

Secara teoritis, program ini mencerminkan pemberdayaan berbasis partisipasi aktif masyarakat (Cook & Macaulay, 2025; Rahmatiah et al., 2025) di mana perempuan sebagai pengolah, nelayan sebagai penyedia bahan baku, dan pemerintah desa sebagai fasilitator berperan saling melengkapi. Interaksi ini menciptakan transformasi struktural di masyarakat pesisir, memperkuat solidaritas sosial, meningkatkan partisipasi perempuan, dan membangun kolaborasi antaraktor lokal.

Diagram alur program pemberdayaan UMKM Olahan Cumi



### Kesejahteraan Masyarakat Sebelum dan Sesudah Program

Sebelum adanya program pemberdayaan masyarakat pesisir melalui pengembangan UMKM berbasis olahan cumi di Desa Langgula, sebagian besar masyarakat mengandalkan hasil tangkapan laut dengan pola kerja harian yang tidak menentu. Pendapatan yang diperoleh sering kali habis untuk kebutuhan sehari-hari tanpa memberikan kesempatan untuk menabung atau mengembangkan usaha tambahan. Program UMKM hadir untuk memberikan alternatif sumber pendapatan melalui pengolahan cumi menjadi produk bernilai jual, sehingga menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat pesisir.

Wawancara dengan Ibu Hadija, pelaku UMKM sekaligus ketua dasawisma 11, menegaskan perubahan ini:

“Sekarang ini kami menggunakan alat yang sudah cukup modern, seperti kompor gas, blender, coper seperti alat masak listrik, jadi pekerjaan juga lebih cepat. Dan untuk penjualan itu masih sedang diupayakan agar bisa produk UMKM dijual belikan di toko-toko, agar bisa dijangkau oleh orang-orang di luar Desa Langgula bukan cuman dijual di sini saja.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kesejahteraan tidak hanya terlihat dari sisi finansial, tetapi juga dari efisiensi kerja. Penggunaan peralatan modern memungkinkan proses produksi lebih cepat, higienis, dan mengurangi beban tenaga kerja. Hal ini memberi ruang bagi perempuan untuk tetap menjalankan peran domestik sambil aktif berkontribusi dalam kegiatan produktif. Temuan ini sejalan dengan Puja et al., (2024) yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi sederhana pada UMKM kuliner berbasis hasil laut dapat meningkatkan efisiensi produksi sekaligus kualitas produk.

Selain itu, kesejahteraan masyarakat juga tercermin dari meningkatnya rasa percaya diri dan kemandirian ekonomi. Sebelumnya masyarakat hanya berperan sebagai konsumen atau tenaga kerja informal, tetapi sekarang mereka menjadi produsen dengan produk unggulan berbasis lokal. Kendati demikian, tantangan pemasaran tetap ada karena produk olahan cumi belum sepenuhnya menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga kapasitas pendapatan tambahan belum maksimal.

Berdasarkan perspektif teori Actors, kondisi ini menunjukkan transformasi masyarakat Desa Langgula menjadi aktor utama pembangunan. Mereka tidak lagi sekadar menunggu bantuan, tetapi aktif mengembangkan usaha melalui inovasi, pemanfaatan teknologi, dan upaya penetrasi pasar. Dengan demikian, kesejahteraan masyarakat pesisir setelah program tidak hanya tercermin dari bertambahnya penghasilan, tetapi juga dari meningkatnya kapasitas mereka sebagai pelaku pembangunan yang mandiri.

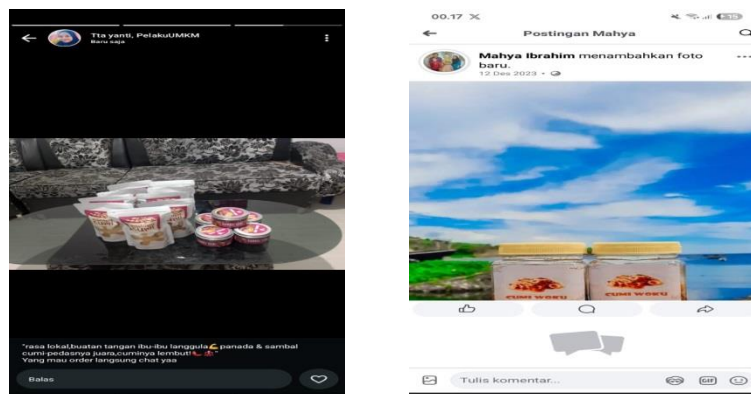
Tabel 1. Perbandingan Kondisi Ekonomi Sebelum Dan Sesudah Program

No.	Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program	Perubahan
1	Sumber Pendapatan	Hanya bergantung pada hasil tangkapan nelayan; ibu rumah tangga tidak berpenghasilan.	Ibu rumah tangga mendapat penghasilan dari olahan cumi (peyek, panada, sambal).	Pendapatan lebih beragam, perempuan lebih mandiri.
2	Stabilitas Penghasilan	Tidak menentu, bergantung musim tangkapan.	Lebih stabil berkat produksi rutin dan pesanan lokal.	Pendapatan meningkat, meski belum berkelanjutan penuh.

3	Keterampilan	Belum menguasai pengolahan dan pemasaran produk.	Mampu mengolah, mengemas, dan memasarkan produk.	Keterampilan dan kapasitas wirausaha meningkat.
4	Peran Perempuan	Hanya di ranah domestik.	Aktif dalam produksi dan pemasaran UMKM.	Pemberdayaan dan partisipasi ekonomi meningkat.
5	Gotong Royong	Aktivitas ekonomi masih individual.	Terjalin kerja sama antar kelompok Dasa Wisma.	Solidaritas dan modal sosial meningkat.
6	Kesejahteraan	Kesulitan memenuhi kebutuhan pokok.	Mampu memenuhi kebutuhan rumah tangga dan pendidikan anak.	Taraf hidup lebih baik.
7	Hubungan Sosial	Minim interaksi antar ibu rumah tangga.	Terbentuk kegiatan kelompok rutin.	Hubungan sosial lebih erat.
8	Akses Pasar & Modal	Sulit memperoleh modal dan pasar terbatas.	Ada dukungan pemerintah dan promosi lewat festival.	Akses permodalan dan pemasaran meningkat.

### Strategi Promosi dan Pemasaran Produk

Promosi dan pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam keberlanjutan UMKM, termasuk UMKM olahan cumi di Desa Langgula. Produk yang berkualitas tidak akan memberikan dampak ekonomi signifikan apabila tidak dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, pelaku UMKM di Desa Langgula mengandalkan berbagai strategi promosi, mulai dari partisipasi dalam festival tahunan hingga pemanfaatan media sosial sederhana seperti Facebook dan WhatsApp.



Gambar 2. Story/Promosi UMKM Melalui Sosial Media (WA Dan FB)

Hasil wawancara dengan Ibu Susan, salah satu pelaku UMKM dari kelompok dasawisma, menggambarkan kondisi ini:

“Biasanya, kami mulai produksi kalau sudah dekat festival, soalnya itu momen paling penting buat promosi dan jualan. Banyak pengunjung yang datang, jadi produk kami mudah dikenal. Selain itu, kita juga dibantu pelatihan cara bikin macam-macam olahan cumi, seperti sambal cumi, panada cumi, dan peyek cumi. Di kelompok, kami juga sering tukar ide dan

saling dukung. Tapi kendalanya, setelah festival selesai, produksi jadi nggak rutin lagi. Bukan berarti berhenti total, tapi biasanya baru produksi lagi kalau ada yang pesan. Pemasarannya juga masih terbatas, paling cuma lewat Facebook dan WhatsApp.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa festival tahunan berperan sebagai momentum strategis dalam memasarkan produk UMKM. Selama festival, tingkat penjualan meningkat signifikan karena produk langsung bertemu dengan pasar yang luas, termasuk wisatawan dan masyarakat dari luar desa. Selain itu, festival menjadi sarana membangun citra produk sebagai identitas lokal Desa Langgula. Hal ini sesuai dengan temuan Noordyanto et al., (2023) yang menyatakan bahwa promosi kreatif berbasis festival desa mampu meningkatkan visibilitas produk lokal serta menumbuhkan semangat inovasi pelaku usaha.

Namun demikian, tantangan besar muncul setelah festival berakhir. Aktivitas produksi menurun drastis, bahkan cenderung berhenti hingga ada pesanan tertentu. Ketergantungan pada momentum musiman membuat UMKM olahan cumi belum bisa berjalan secara konsisten sepanjang tahun. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Bahtiar et al., (2022) yang mengungkapkan bahwa keterbatasan akses pasar dan promosi musiman merupakan hambatan utama bagi keberlanjutan UMKM berbasis desa.

Selain mengandalkan festival, masyarakat juga mulai memanfaatkan media sosial. Meski jangkauannya masih terbatas, penggunaan WhatsApp dan Facebook telah membantu memperluas pemasaran, khususnya ke konsumen yang berada di luar desa. Namun, keterbatasan kemampuan digital marketing membuat potensi pemasaran online belum sepenuhnya optimal. Pelaku UMKM lebih banyak menggunakan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi personal, bukan sebagai strategi pemasaran berbasis konten. Padahal, menurut Adianti et al., (2024) digital marketing yang terarah mampu meningkatkan daya saing UMKM, khususnya produk kuliner berbasis lokal, dengan biaya yang relatif rendah.

Menanggapi persoalan ini, pemerintah desa menyadari perlunya strategi jangka panjang untuk memperkuat akses pasar. Hal ini ditegaskan oleh Kepala Desa Langgula, Bapak Fadli, dalam wawancaranya:

“Kita memang terus berusaha untuk mendapatkan pelanggan tetap untuk produk olahan cumi ini. Supaya produk ibu-ibu ini dapat dijual lebih luas di pasar lokal, kami sedang berusaha bekerja sama dengan toko-toko dan beberapa mitra usaha. Kita juga berencana membangun Rumah Makan CUMI, yang akan menjadi ikon kuliner desa. Dengan kata lain, tidak mengunjungi Rumah Makan CUMI berarti tidak mengunjungi Gorontalo.”

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya upaya pemerintah desa untuk memperluas jejaring distribusi produk olahan cumi melalui kemitraan dengan sektor swasta. Rencana pembangunan



Rumah Makan CUMI merupakan bentuk strategi branding lokal yang bertujuan menjadikan produk olahan cumi sebagai ikon kuliner daerah. Jika terealisasi, strategi ini dapat meningkatkan daya tarik wisata kuliner, membuka lapangan kerja baru, sekaligus memperkuat posisi UMKM dalam rantai pasok. Temuan ini selaras dengan penelitian Mutiara & Safitri, (2024) yang menekankan pentingnya kolaborasi antar pemangku kepentingan, termasuk pemerintah desa dan sektor swasta, dalam memperluas pasar dan menjaga keberlanjutan UMKM.

Jadi strategi promosi dan pemasaran UMKM olahan cumi di Desa Langgula masih berada pada tahap awal. Festival tahunan menjadi motor utama pengenalan produk, sementara media sosial menjadi pelengkap meskipun belum dikelola secara optimal. Pemerintah desa sudah merancang langkah strategis berupa kemitraan dan pembangunan infrastruktur pendukung seperti Rumah Makan CUMI. Apabila strategi ini dapat diwujudkan, UMKM olahan cumi di Desa Langgula memiliki peluang besar untuk berkembang dari usaha berbasis musiman menjadi pilar ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Tabel 2. Data Frekuensi Festival Cumi dan Strategi Penjualan Produk UMKM Cumilang di Desa Langgula

No.	Kegiatan / Strategi	Frekuensi Pelaksanaan	Pelaksana / Pelaku	Tujuan / Dampak Utama
1	Festival Cumi Desa Langgula	1 kali per tahun (berlangsung selama $\pm 1$ minggu)	Pemerintah Desa, Universitas Negeri Gorontalo, dan UMKM Cumilang	Ajang promosi utama produk olahan cumi, meningkatkan penjualan dan menarik wisatawan lokal.
2	Pameran Produk Lokal pada Acara Desa	1 kali per tahun	Kelompok Dasa Wisma UMKM Cumilang	Memperkenalkan produk olahan cumi di acara desa dan memperluas jaringan pembeli.
3	Penjualan Langsung (Offline)	Tidak rutin, hanya saat ada pesanan atau kegiatan tertentu	Anggota kelompok UMKM Cumilang	Menjaga hubungan dengan konsumen lokal dan mempertahankan keberlangsungan usaha.
4	Penjualan Melalui Media Sosial (Online)	Tidak rutin (tergantung pesanan)	Anggota UMKM dibantu pemuda desa	Promosi melalui Facebook dan WhatsApp untuk menjangkau pembeli luar desa.

5	Promosi Mulut ke Mulut (Word of Mouth)	Sepanjang tahun	Konsumen lokal dan keluarga anggota UMKM	Meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk lokal.	
---	---	-----------------	--	--	--

### Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat

Salah satu indikator utama keberhasilan program pemberdayaan masyarakat adalah dampak sosial ekonomi yang dirasakan langsung oleh pelaku dan masyarakat sekitar. Di Desa Langgula, keterlibatan ibu rumah tangga dan nelayan dalam pengembangan UMKM olahan cumi membawa perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara dan data lapangan, tercatat sebanyak 27 ibu rumah tangga aktif tergabung dalam empat kelompok dasawisma yang mengelola produksi olahan cumi, sedangkan sekitar 15 nelayan lokal berperan sebagai pemasok bahan baku utama. Dampak program tidak hanya terlihat dari bertambahnya penghasilan, tetapi juga meningkatnya kemandirian ekonomi, solidaritas sosial, serta keterlibatan perempuan dalam kegiatan produktif di tingkat desa.

Sebelum adanya program, sebagian besar ibu rumah tangga di Desa Langgula hanya berfokus pada pekerjaan domestik tanpa memiliki sumber pendapatan sendiri. Kondisi ini membuat ekonomi keluarga sangat bergantung pada penghasilan suami yang fluktuatif karena sifat kerja nelayan yang musiman. Setelah mengikuti program UMKM, para ibu mulai memperoleh penghasilan tambahan dari penjualan produk olahan cumi. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Hadija, salah satu pelaku UMKM dari dasawisma 9:

“Sebelum mengikuti program ini, saya hanya pengrajin karawo dan hanya mengandalkan pendapatan suami. Setelah bergabung dalam UMKM olahan cumi, saya dapat memperoleh penghasilan tambahan yang membantu memenuhi kebutuhan keluarga, meskipun terkadang penghasilannya belum menentu dan alhamdulillah sudah mulai terasa meskipun tidak besar, paling tidak hasil dari jualan cumi ini bisa bantu-bantu kehidupan sehari-hari di rumah misalnya saya belikan beras, sabun dan bisa belikan anak buku untuk dipakai selama dia kuliah.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa program UMKM berhasil menciptakan sumber pendapatan baru yang membantu memenuhi kebutuhan dasar keluarga. Meskipun penghasilan belum stabil, sumber ekonomi alternatif ini mengurangi ketergantungan terhadap penghasilan suami. Hal ini mendukung penelitian Abubakar et al., (2024) yang menyatakan bahwa pemberdayaan perempuan melalui program ekonomi produktif berkontribusi terhadap peningkatan

pendapatan rumah tangga sekaligus memperkuat posisi perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi keluarga.

Selain di tingkat rumah tangga, dampak ekonomi juga dirasakan oleh masyarakat pesisir yang sebelumnya hanya menjual cumi dalam bentuk mentah. Sebelum program berjalan, harga jual cumi segar di tingkat nelayan hanya berkisar Rp18.000-Rp20.000 per kilogram, sedangkan setelah adanya kegiatan pengolahan bersama, nilai jual meningkat menjadi Rp35.000-Rp40.000 per kilogram tergantung jenis olahan yang diproduksi. Peningkatan nilai tambah ini memberikan keuntungan langsung bagi nelayan. Seperti dijelaskan oleh Ibu Ineng (39), istri salah satu nelayan cumi di Desa Langgula:

“Dulu kami cuma jual cumi mentah ke pasar, kadang harganya murah sekali. Tapi sekarang alhamdulillah bisa diolah jadi macam-macam. Kami para ibu-ibu juga bisa bantu suami, jadi bukan cuman diam di rumah aja.”

Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa UMKM olahan cumi tidak hanya menguntungkan perempuan pelaku produksi, tetapi juga memberi manfaat ekonomi bagi nelayan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Harold, (2023) yang menjelaskan bahwa peningkatan kapasitas ekonomi perempuan melalui pengolahan hasil laut tidak hanya menciptakan kemandirian ekonomi, tetapi juga memperluas peran perempuan di sektor informal pesisir.

Selain dampak ekonomi, program ini turut memperkuat jaringan sosial antarwarga. Anggota dasawisma bekerja sama dalam seluruh tahapan produksi mulai dari pengolahan, pengemasan, hingga pemasaran. Kolaborasi ini menumbuhkan rasa saling percaya dan solidaritas antaranggota kelompok. Hal ini ditegaskan oleh Ibu Susan, anggota dasawisma 8:

“Kalau tidak ada kerja sama, susah juga jalankan usaha begini. Kami di kelompok harus bagi tugas, saling bantu, siapa bagian olah, siapa yang jaga penjualan. Kalau ada yang berhalangan, yang lain langsung bantu.”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada keuntungan finansial, tetapi juga pada kekuatan modal sosial berupa gotong royong, kedisiplinan, dan rasa tanggung jawab kolektif. Solidaritas ini menjadi fondasi penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Kaluku et al., (2023) yang menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat yang efektif tidak hanya menghasilkan dampak ekonomi, tetapi juga menumbuhkan modal sosial seperti rasa percaya, solidaritas, dan kebersamaan.

Jika dikaji dari perspektif teori pemberdayaan berbasis actors yang dikemukakan oleh Sarah Cook dan Steve Macaulay dalam Widiyana et al., (2025) dinamika di Desa Langgula menunjukkan keterlibatan aktif berbagai aktor lokal dalam proses pemberdayaan. Ibu rumah tangga

bertransformasi dari penerima manfaat menjadi penggerak ekonomi lokal, sementara nelayan menjadi penyedia bahan baku dengan posisi tawar yang meningkat. Integrasi antaraktor ini memperkuat rantai produksi lokal, membuka kesempatan kerja baru, dan memperluas akses pasar.

Dampak sosial ekonomi dari program pemberdayaan melalui UMKM olahan cumi di Desa Langgula tidak hanya terlihat dari peningkatan pendapatan keluarga, tetapi juga pada bertambahnya jumlah perempuan yang berdaya secara ekonomi, peningkatan harga jual cumi bagi nelayan, serta terbentuknya jaringan sosial yang kuat. Program ini menjadi bukti nyata bahwa kolaborasi antaraktor lokal dapat menciptakan perubahan sosial ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di wilayah pesisir.

### **Faktor Pendorong dan Penghambat Pengembangan UMKM Olahan Cumi**

Pengembangan UMKM berbasis olahan cumi di Desa Langgula, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo, dipengaruhi oleh kombinasi faktor pendorong dan penghambat yang menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat. Secara umum, dinamika pengembangan usaha ini memperlihatkan adanya kekuatan sosial, ekonomi, dan kelembagaan yang mendorong kreativitas masyarakat pesisir untuk berinovasi, namun juga menghadapi kendala struktural yang menghambat keberlanjutan usaha.

Faktor pendorong utama berasal dari dukungan pemerintah desa, partisipasi aktif masyarakat, dan momentum promosi melalui festival tahunan. Festival Cumi yang rutin diselenggarakan menjadi wadah promosi efektif sekaligus ruang kreativitas bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan berbagai produk inovatif berbasis cumi. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Susan, salah satu pelaku UMKM dari kelompok Dasawisma:

“Biasanya, kami mulai produksi kalau sudah dekat festival, soalnya itu momen paling penting buat promosi dan jualan. Banyak pengunjung yang datang, jadi produk kami mudah dikenal. Selain itu, kita juga dibantu pelatihan cara bikin macam-macam olahan cumi, seperti sambal cumi, panada cumi, dan peyek cumi. Di kelompok, kami juga sering tukar ide dan saling dukung. Tapi kendalanya, setelah festival selesai, produksi jadi tidak rutin lagi. Pemasarannya juga masih terbatas, paling cuma lewat Facebook dan WhatsApp.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan festival berperan penting dalam meningkatkan motivasi, promosi, serta kolaborasi antar pelaku usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Noordyanto et al., (2023) yang menyatakan bahwa kegiatan promosi kreatif seperti festival desa dapat memperkuat visibilitas dan semangat inovasi pelaku UMKM. Selain itu, dukungan kelembagaan melalui pelatihan dari pemerintah desa dan kerja sama dengan perguruan tinggi turut memperluas kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha secara mandiri. Pelatihan

aplikatif mengenai pengemasan, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital telah meningkatkan keterampilan serta kepercayaan diri pelaku UMKM.

Namun demikian, sejumlah faktor penghambat masih membatasi perkembangan usaha. Produksi yang tidak berjalan secara rutin setelah festival menjadi kendala utama dalam menjaga kontinuitas usaha. Pola produksi musiman menyebabkan penurunan pendapatan dan rendahnya keberlanjutan bisnis. Keterbatasan modal dan akses pasar di luar desa juga menjadi tantangan, sejalan dengan temuan Bahtiar et al., (2022) yang menegaskan bahwa akses pasar yang terbatas dan promosi yang bersifat musiman menjadi hambatan umum bagi UMKM pedesaan untuk tumbuh secara berkelanjutan.

Pemerintah Desa Langgula menyadari kondisi tersebut dan berupaya menciptakan strategi keberlanjutan jangka panjang. Dalam wawancara, Kepala Desa Langgula, Bapak Fadli, menjelaskan:

“Kita terus berusaha untuk mendapatkan pelanggan tetap bagi produk olahan cumi ini. Supaya produk ibu-ibu bisa dijual lebih luas, kami sedang menjalin kerja sama dengan toko-toko dan mitra usaha. Kami juga berencana membangun Rumah Makan CUMI sebagai ikon kuliner desa. Dengan kata lain, tidak mengunjungi Rumah Makan CUMI berarti tidak mengunjungi Gorontalo.”

Pernyataan ini menggambarkan adanya komitmen pemerintah desa untuk bertransformasi dari sekadar fasilitator menjadi aktor ekonomi lokal yang aktif. Upaya menjalin kemitraan dengan toko dan sektor swasta menunjukkan arah pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal. Dukungan ini sejalan dengan temuan Safitri, (2024); Latore et al. (2023) yang menekankan pentingnya kolaborasi antar pemangku kepentingan termasuk pemerintah desa dan sektor swasta dalam menjaga keberlanjutan UMKM berbasis komunitas.

Secara teoretis, dinamika pengembangan UMKM olahan cumi di Desa Langgula dapat dijelaskan melalui teori actors oleh Sarah Cook dan Steve Macaulay (dalam Pearce, 2024) yang memandang pemberdayaan sebagai proses sosial yang dibentuk oleh interaksi antara berbagai aktor dengan kepentingan dan peran berbeda. Dalam konteks ini, pelaku usaha dari kelompok Dasawisma, pemerintah desa, dan panitia festival berperan sebagai aktor yang saling berinteraksi dan berkolaborasi untuk menciptakan perubahan ekonomi di tingkat lokal. Pemerintah desa berperan dalam penguatan kelembagaan dan perluasan pasar, sementara kelompok usaha menjalankan fungsi inovatif dan produktif di lapangan.

Pengembangan UMKM olahan cumi di Desa Langgula merepresentasikan bentuk pemberdayaan berbasis kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah. Kekuatan utama terletak pada motivasi, kreativitas, dan dukungan kelembagaan yang kuat, sementara hambatan utama

masih berkisar pada keberlanjutan produksi dan keterbatasan akses pasar. Jika strategi pendampingan rutin, penguatan jaringan distribusi, dan pengembangan infrastruktur seperti Rumah Makan CUMI dapat terealisasi, maka UMKM olahan cumi berpotensi menjadi model pemberdayaan ekonomi pesisir yang mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengembangan UMKM berbasis olahan cumi di Desa Langgula, dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan masyarakat ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat pesisir, terutama bagi ibu rumah tangga. Program ini tidak hanya membuka peluang usaha baru, tetapi juga meningkatkan pendapatan keluarga, keterampilan, dan kepercayaan diri perempuan dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Berdasarkan wawancara lapangan, para pelaku UMKM mengaku mampu menciptakan inovasi produk seperti panada cumi, sambal cumi, ila bulo cumi, dan somai cumi sebagai bentuk kreativitas dalam memanfaatkan potensi lokal. Selain itu, masyarakat telah bertransformasi menjadi aktor aktif dalam pengelolaan usaha sesuai dengan teori actors (Latour, 2005) yang menekankan pentingnya peran masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan. Mereka menjaga kebersihan produksi, memperbaiki pengemasan, menggunakan peralatan modern, serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi, menunjukkan bahwa pemberdayaan bukan hanya bentuk bantuan, melainkan proses peningkatan kapasitas dan perubahan pola pikir menjadi lebih produktif.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang terbatas dan ruang lingkup wilayah yang sempit sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh wilayah pesisir Gorontalo. Selain itu, kendala seperti keterbatasan modal, daya tahan produk yang rendah, serta akses pasar yang terbatas masih menjadi hambatan yang perlu diatasi agar UMKM olahan cumi dapat berkembang secara berkelanjutan.

Implikasinya, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan masyarakat pesisir yang lebih tepat sasaran. Pendekatan kebijakan sebaiknya difokuskan pada penguatan kapasitas kewirausahaan, dukungan permodalan mikro, peningkatan akses pasar melalui digitalisasi, serta pembentukan ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat pesisir tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi, tetapi juga memperkuat kemandirian sosial dan partisipasi aktif perempuan dalam pembangunan desa.

### **Saran**

1. Bagi Pemerintah Desa dan Lembaga Terkait

Pemerintah desa bersama lembaga terkait perlu memberikan dukungan berkelanjutan melalui pelatihan, pendampingan usaha, serta penyediaan akses modal dan peralatan produksi yang lebih memadai. Selain itu, pemerintah desa diharapkan memfasilitasi perluasan jaringan pemasaran melalui kerja sama dengan toko lokal, festival daerah, maupun platform digital agar produk UMKM dapat menembus pasar yang lebih luas.

2. Bagi Pelaku UMKM CUMILANG

Pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, memperkuat inovasi, dan memperluas jaringan pemasaran baik secara offline maupun online. Upaya menjaga konsistensi mutu dan membangun citra positif di kalangan konsumen menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam aspek pemasaran digital dalam pengembangan UMKM, menganalisis pengaruh sosial budaya terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta meneliti dampak jangka panjang kegiatan UMKM terhadap ketahanan ekonomi keluarga dan pembangunan desa secara berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R., Sari, N., & Hidayat, T. (2024). Pemberdayaan Perempuan Melalui Program Ekonomi Produktif: Dampak Terhadap Pendapatan Rumah Tangga. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 12(1), 45-60.
- Adianti, T., Laksono, E. B., Susandini, A., & Nugroho, P. (2024). Peran Bumdes Dalam Menciptakan Desa Berdaya Berbasis Olahan Laut. *Jurnal Pengabdian Mandiri (JPM)*, 3(12), 2588–2593.
- Bahtiar, B., Purnama, M. F., & Suwarjoyowirayatno, S. (2022). Resiliensi Komunitas Nelayan Di Masa Pandemi Melalui Program Pendampingan Pembuatan Bakso Berbahan Dasar Sipuncula (*Siphonosoma Australe-Australe*). *Jurnal Pengabdian Meambo*, 1(2), 88–97. <https://doi.org/10.56742/jpm.v1i2.11>
- Bilondadu, M. N., Bumulo, S., Suleman, Z., Nadia, W., Hermanto, W., & Paranggi, S. (2024). Pengabdian Kepada Masyarakat Untuk UMKM: Mengembangkan Usaha G Hani Cookies Di Gorontalo. *Jurnal Sosiologi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Citriadin, R. (2020). *Analisis Data Kualitatif: Model Interaktif Miles Dan Huberman*. Pustaka Ilmu.
- Cook, S., & Macaulay, S. (2025). *Community Participation And Empowerment In Local Development Programs*. Routledge.

- Hamka, H., Rahman, F., & Sulaiman, D. (2019). Pengelolaan Sumber Daya Laut Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pesisir. *Jurnal Maritim Indonesia*, 7(1), 23–35.
- Harold, R. (2023). Empowering Coastal Women Through Marine Product Processing: A Pathway To Informal Economic Resilience. *Journal Of Coastal Community Studies*, 9(1), 45–58.
- Hasanah, U., & Usrotul, A. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 12(2), 45–56.
- Kaluku, Y., Tandayu, R., & Langi, F. (2023). Modal Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Penguatan Ekonomi Lokal Di Wilayah Pesisir. *Jurnal Pemberdayaan Sosial*, 7(3), 201–215.
- Latare, S., Harold, R., Bumulo, S., & Ali, A. (2023). Dampak Program Keluarga Harapan Dalam Pengentasan Kemiskinan, Di Desa Bangga, Kecamatan Paguyaman Pantai. *Jurnal Dynamics Of Rural Society Journal*.
- Mardin, S., Lestari, D., & Pratama, R. (2023). Strategi Pemasaran Digital UMKM Perikanan Di Era Media Sosial. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 10(2), 34–48.
- Mutiara, T., & Safitri, R. M. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Pesisir Pantai Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal Masyarakat Di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 19(2), 213–233. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v19i2.15011>
- Noordyanto, N., Sayatman, S., Alamin, R. Y., Dwitasari, P., & Ramadhani, N. (2023). Program UKM Naik Kelas: Pengembangan Desain Kemasan Camilan Kulit Ikan Di Branta Pesisir, Madura. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 93–100. <https://doi.org/10.24036/abdi.v5i1.393>
- Pearce, J. (2024). *Understanding The Actor-Based Theory In Community Empowerment*. Sage Publications.
- Puja, R., Santoso, D., & Lestari, A. (2024). Adopsi Teknologi Sederhana Pada UMKM Kuliner Berbasis Hasil Laut: Efisiensi Produksi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Pesisir*, 12(1), 45–60.
- Rahmatiah, R., Ibrahim, R., Adam, Y., Rumambie, W. P., & Bumulo, S. (2025). Pemasaran Produk Berbasis Digital Pada Masyarakat Nelayan Di Desa Oluhuta Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Sosiologi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Safitri, N. (2024). Kolaborasi Multipihak Dalam Penguatan UMKM Berbasis Komunitas Di Indonesia. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 11–26.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, H., & Hana, F. (2020). Faktor-Faktor Penunjang Kinerja UMKM Di Daerah Pesisir. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 102–115.



- Tanipu, A., & Nento, L. (2024). Inovasi Olahan Cumi Dalam Mendukung Ekonomi Lokal Desa Langgula, Gorontalo. *Jurnal Agribisnis*, 9(1), 12–25.
- Widiyana, A., Cook, S., & Macaulay, S. (2025). Actors-Based Empowerment Model For Sustainable Community Development. *Jurnal Pembangunan Dan Transformasi Sosial*, 11(1), 33–48.
- Windusancono, A., & Agus, T. (2021). Peran UMKM Dalam Pemulihan Ekonomi Pasca-COVID-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(3), 78–90.