

Pelatihan Dan Evaluasi Kelayakan Usaha Abon Ikan Lele (*Clarias Gariepinus*) Sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal Pada Umkm Jaya Mandiri Kampung Sukasirna Kecamatan Purbaratu, Kabupaten Tasikmalaya

¹⁾Angga Pratama Putra, ²⁾Totok Hendarto, ³⁾Regita Faridatunisa Wijayanti*, ⁴⁾Ani Sulistiawati, ⁵⁾Sutrisno
⁶⁾Nurul Hayati, ⁷⁾Muhajir, ⁸⁾Maria Agustini

^{1,2)}Agrobisnis Perikanan, Universitas Dr. Soetomo, Surabaya, Indonesia

³⁾Teknik Geodesi, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

^{4,5)}STIE Pancasetia, Banjarmasin, Indonesia

^{6,7,8)}Budidaya Perairan, Universitas Dr. Soetomo, Surabaya, Indonesia

Email Corresponding: regitafw@unhas.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: UMKM Abon Ikan Lele Pelatihan Pemasaran Digital Kelayakan Finansial	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia, termasuk dalam sektor perikanan budidaya seperti ikan lele (<i>Clarias gariepinus</i>) di Kabupaten Tasikmalaya. Namun, pengembangan produk olahan bernilai tambah seperti abon ikan lele masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain teknik pengolahan yang belum standar, manajemen usaha yang belum tertata, serta strategi pemasaran yang terbatas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas teknis dan manajerial UMKM Jaya Mandiri melalui pelatihan produksi abon ikan lele yang higienis, pelatihan manajemen usaha dan keuangan, serta pelatihan pemasaran digital. Selain itu, dilakukan pula analisis kelayakan finansial usaha menggunakan metode Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan produksi, dengan 85% panelis menyatakan rasa abon enak dan kaya rempah, serta peningkatan kualitas tekstur dan aroma produk. Sistem pencatatan keuangan dan penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP) berhasil diterapkan, dengan margin keuntungan mencapai 30–40% per kemasan. Dari sisi pemasaran, akun media sosial @AbonLeleJayaMandiri berhasil meningkatkan penjualan online sebesar 40%, didukung oleh kemasan baru yang informatif. Analisis finansial menunjukkan bahwa usaha ini layak dikembangkan (NPV = Rp25.000.000; IRR = 22%; Payback Period = 1,8 tahun). Dampak sosial-ekonomi juga dirasakan melalui penyerapan tenaga kerja baru dan peningkatan pendapatan mitra hingga 75%. Keseluruhan program memberikan multiplier effect terhadap penguatan ekonomi lokal, meski masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan alat dan infrastruktur digital. Kegiatan ini membuktikan bahwa intervensi berbasis pelatihan terpadu dan pendampingan usaha dapat meningkatkan daya saing UMKM berbasis potensi lokal.
	ABSTRACT

Keywords:
MSMEs,
Catfish Floss
Training
Digital Marketing
Financial Feasibility

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy, particularly in the aquaculture sector such as catfish (*Clarias gariepinus*) farming in Tasikmalaya Regency. However, the development of value-added products like catfish floss (abon ikan lele) still faces several challenges, including non-standard processing techniques, unstructured business management, and limited marketing strategies. This community service program was conducted to enhance the technical and managerial capacities of the Jaya Mandiri MSME through training on hygienic catfish floss production, business and financial management, and digital marketing. Furthermore, a financial feasibility analysis was carried out using Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period. The results of the program showed significant improvement in production skills, with 85% of sensory panelists stating that the product had a delicious, well-seasoned taste, along with improved texture and aroma quality. A simple financial recording system was successfully implemented, and the calculation of the Cost of Goods Sold (COGS) revealed a profit margin of 30–40% per 100g package. In terms of marketing, the newly created Instagram account @AbonLeleJayaMandiri boosted online sales by 40%, supported by updated, informative packaging. Financial analysis confirmed that the business is economically viable (NPV = Rp25,000,000; IRR = 22%; Payback Period = 1.8 years). Socio-economic impacts were also evident through the hiring of local workers and a 75% increase in the partner's monthly income. Overall, the program created a positive multiplier effect on the local economy, despite facing challenges such as limited equipment and unstable internet access. This program demonstrates that integrated training and business mentoring based on local resources can significantly improve the competitiveness of MSMEs.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM (2023), sektor UMKM menyumbang sekitar 61,07% terhadap PDB Indonesia dan menyerap 97% dari total tenaga kerja. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, kurangnya inovasi produk, serta kemampuan manajemen dan pemasaran yang belum optimal (Suryana, 2021).

Di Kabupaten Tasikmalaya, sektor perikanan, khususnya budidaya ikan lele (*Clarias gariepinus*), memiliki potensi yang besar namun belum dimanfaatkan secara optimal. Data Dinas Perikanan Kabupaten Tasikmalaya (2024) menunjukkan bahwa produksi ikan lele di daerah ini terus meningkat, namun sebagian besar dijual dalam bentuk mentah dengan nilai ekonomi yang relatif rendah. Padahal, pengolahan ikan lele menjadi produk bernilai tambah seperti abon dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan menciptakan lapangan kerja baru (Widodo et al., 2022).

UMKM Jaya Mandiri di Kampung Sukasirna, Kecamatan Purbaratu, merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang pengolahan ikan. Namun, usaha ini masih terbatas pada produk sederhana dengan pangsa pasar lokal yang kecil. Berdasarkan hasil observasi awal, mitra menghadapi beberapa masalah, antara lain teknik pengolahan yang belum standar, sehingga kualitas produk kurang konsisten, manajemen usaha yang belum tertata dengan baik, terutama dalam pencatatan keuangan dan strategi pemasaran yang masih konvensional, sehingga produk sulit menjangkau pasar yang lebih luas.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan teknis dapat meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengembangkan produk olahan berbasis sumber daya lokal (Rahmawati & Nugroho, 2020). Selain itu, analisis kelayakan usaha diperlukan untuk memastikan bahwa usaha yang dijalankan memiliki prospek ekonomi yang menjanjikan (Brigham & Houston, 2022).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pengolahan abon ikan lele yang higienis dan bernilai gizi tinggi, melakukan pendampingan manajemen usaha, termasuk pencatatan keuangan dan pemasaran digital dan mengevaluasi kelayakan finansial usaha abon ikan lele menggunakan analisis NPV, IRR, dan Payback Period. Diharapkan, melalui kegiatan ini, UMKM Jaya Mandiri dapat meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal di Kabupaten Tasikmalaya.

II. MASALAH

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM Jaya Mandiri di Kampung Sukasirna, Purbaratu, Kabupaten Tasikmalaya, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat pengembangan usaha abon ikan lele, yaitu pertama adalah teknik pengolahan yang belum standar. Hal ini dapat dilihat dari produksi abon ikan lele masih dilakukan secara tradisional dengan peralatan sederhana, sehingga kualitas produk kurang konsisten. Kurangnya pengetahuan tentang Good Manufacturing Practices (GMP) dan Sanitation Standard Operating Procedures (SSOP) menyebabkan risiko kontaminasi dan ketahanan produk yang rendah (Fardiaz, 2019). Dan penggunaan bumbu dan metode pengeringan belum terstandarisasi, sehingga rasa dan tekstur produk sering berubah-ubah (Hadiwiyoto, 2018).

Masalah kedua adalah manajemen usaha yang belum terstruktur. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan tidak sistematis, mengakibatkan kesulitan dalam menghitung harga pokok produksi (HPP) dan laba usaha (Brigham & Houston, 2022). Belum ada pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi, yang berpotensi mengganggu sustainability bisnis (Hisrich et al., 2020). Dan minimnya perencanaan produksi dan manajemen stok bahan baku, sehingga sering terjadi kelebihan atau kekurangan stok (Kotler & Armstrong, 2022).

Permasalahan yang ketiga tentang pemasaran yang masih terbatas. Pemasaran produk masih mengandalkan pasar tradisional dan mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar sangat terbatas (Tjiptono, 2021). Belum optimalnya pemanfaatan digital marketing (e-commerce, Instagram, TikTok) untuk memperluas pangsa pasar (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2023). Dan kurangnya branding dan kemasan menarik, sehingga produk kurang kompetitif di pasaran (Keller, 2020).

Permasalahan keempat kurangnya akses permodalan dan sertifikasi. Keterbatasan modal menyebabkan sulitnya pengembangan usaha, seperti pembelian peralatan modern dan peningkatan kapasitas produksi (Kemenkop UKM, 2023). Produk belum memiliki sertifikasi P-IRT atau BPOM, sehingga sulit untuk memasuki pasar modern (BPOM RI, 2022). Minimnya pengetahuan tentang skema pendanaan UMKM dari pemerintah atau perbankan (OJK, 2023). Dampak dari permasalahan tersebut menyebabkan nilai ekonomi ikan lele mentah rendah, sehingga pendapatan pelaku usaha tidak optimal (Widodo et al., 2022). Usaha sulit berkembang karena kurangnya inovasi dan manajemen yang baik (Suryana, 2021). Dan produk tidak mampu bersaing dengan merek abon ikan yang sudah mapan di pasaran (Rahmawati & Nugroho, 2020). Berikut adalah gambar lokasi pelatihan dan evaluasi kelayakan usaha Abon Ikan Lele (*Clarias Gariepinus*) di UMKM Jaya Mandiri Kampung Sukasirna, Kecamatan Purbaratu, Kabupaten Tasikmalaya



Gambar 1. UMKM Jaya Mandiri

III. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui tiga tahap utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setiap tahap dirancang secara sistematis untuk memastikan tercapainya tujuan program.

1. Tahap Persiapan

a. Observasi dan Identifikasi Masalah

Kegiatan observasi dan identifikasi masalah antara lain dilakukan survey lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Jaya Mandiri dan masyarakat sekitar. Mengidentifikasi kebutuhan, potensi, dan kendala usaha abon ikan lele.

b. Penyusunan Materi Pelatihan

Materi disusun berdasarkan kebutuhan mitra, meliputi teknik pengolahan abon ikan lele yang higienis, manajemen usaha dan keuangan UMKM dan strategi pemasaran digital. Dan modul pelatihan disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta.

c. Koordinasi dengan Stakeholder

Berkoordinasi dengan Dinas Perikanan, Dinas Koperasi & UMKM Tasikmalaya, serta kelompok masyarakat setempat. Selain itu juga menyiapkan alat dan bahan pendukung pelatihan.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Pelatihan Produksi Abon Ikan Lele

Metode: Demonstrasi & Praktik Langsung

1) Pemateri: Ahli teknologi pengolahan ikan dari akademisi/dinas terkait.

2) Materi:

- Seleksi bahan baku (ikan lele segar, bumbu, pengawet alami).
- Proses pengolahan (perebusan, penirisan, penumbukan, pencampuran bumbu, penggorengan, pengemasan).
- Penerapan GMP (Good Manufacturing Practices) untuk menjaga kebersihan dan keamanan pangan.
- Pengemasan dan labeling yang menarik dan memenuhi standar BPOM.

b. Pelatihan Manajemen Usaha

Metode: Ceramah Interaktif & Simulasi Bisnis

1) Pemateri: Praktisi UMKM/akuntan.

2) Materi:

- Pencatatan keuangan sederhana (pembukuan harian, HPP, laba rugi).
- Manajemen stok dan produksi.
- Strategi penetapan harga (markup pricing, competitor-based pricing).
- Perencanaan usaha jangka pendek & panjang.

c. Pelatihan Pemasaran Digital

Metode: Workshop & Praktik Langsung

1) Pemateri: Digital marketer/pelaku UMKM sukses.

2) Materi:

- Pembuatan konten promosi (foto/video produk, copywriting).
- Pemanfaatan platform digital (Instagram, TikTok, WhatsApp Business).
- Strategi branding (logo, kemasan, cerita usaha).
- Pemasaran melalui e-commerce (Shopee, Tokopedia).

d. Analisis Kelayakan Usaha

Metode: Pendampingan & Analisis Data

1) Menggunakan data keuangan UMKM untuk menghitung:

- NPV (Net Present Value) – untuk mengukur profitabilitas.
- IRR (Internal Rate of Return) – untuk mengetahui tingkat pengembalian investasi.
- Payback Period – memperkirakan waktu balik modal.

2) Simulasi skenario usaha (optimistik, pesimistik, realistis).

3. Tahap Evaluasi & Pendampingan Lanjutan

a. Evaluasi Dampak Pelatihan

- Pre-test & Post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta.
- Monitoring produksi pasca-pelatihan untuk memastikan penerapan ilmu.
- Uji kualitas produk (uji organoleptik oleh panelis).

b. Pendampingan Pasca-Pelatihan

- Konsultasi rutin (online/offline) untuk pemecahan masalah usaha.
- Fasilitasi perizinan (pendampingan pengurusan P-IRT/BPOM).
- Akses permodalan (bantuan pengajuan KUR atau hibah UMKM).

c. Penyusunan Laporan & Publikasi

- Dokumentasi kegiatan (foto, video, testimoni peserta).

- 2) Penyusunan laporan pengabdian untuk pemangku kebijakan.
- 3) Publikasi hasil kegiatan di media lokal/jurnal pengabdian.

4. Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan dan evaluasi kelayakan usaha Abon Ikan Lele (*Clarias Gariepinus*) sebagai upaya penguatan ekonomi lokal pada Umkm Jaya Mandiri Kampung Sukasirna Kecamatan Purbaratu, Kabupaten Tasikmalaya dilaksanakan pada Tanggal 13 Januari 2025 sampai 10 Februari 2025. Kegiatan pelatihan dan evaluasi tersebut dilaksanakan dalam 5 minggu. Berikut adalah tabel kegiatan pelaksanaan kegiatan disajikan pada Tabel 1 di bawah ini

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelatihan dan Evaluasi Kelayakan Usaha Abon Ikan Lele (*Clarias Gariepinus*) pada Umkm Jaya Mandiri Kampung Sukasirna Kecamatan Purbaratu, Kabupaten Tasikmalaya

Kegiatan	Waktu
Observasi dan Persiapan	Minggu 1
Pelatihan Produksi	Minggu 2
Pelatihan Manajemen dan Pemasaran	Minggu 3
Analisis Kelayakan Usaha	Minggu 4
Evaluasi & Pendampingan	Minggu 5

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peningkatan Kapasitas Produksi Abon Ikan Lele

Pelatihan produksi abon ikan lele yang diberikan kepada peserta menunjukkan hasil yang sangat positif. Seluruh peserta berhasil mengaplikasikan teknik pengolahan abon sesuai dengan standar higienis, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pengemasan. Hasil produk akhir memiliki cita rasa yang konsisten dan memenuhi kriteria mutu yang diharapkan. Keberhasilan pelatihan ini diperkuat melalui uji organoleptik yang dilakukan oleh 30 panelis. Hasil uji menunjukkan bahwa sebanyak 85% panelis menyatakan rasa abon enak dan kaya akan rempah, mencerminkan keseimbangan bumbu yang tepat serta teknik pengolahan yang baik. Sebanyak 80% panelis menilai tekstur produk renyah dan tidak berminyak, yang menunjukkan keberhasilan dalam tahap penggorengan dan penggunaan alat spinner untuk mengurangi kadar minyak. Selain itu, 75% panelis menyukai aroma khas ikan lele yang tidak amis, membuktikan bahwa proses pembersihan dan pemasakan bahan baku telah dilakukan secara optimal. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memproduksi abon ikan lele berkualitas tinggi, sekaligus meningkatkan nilai tambah produk olahan berbasis komoditas lokal.

Berikut adalah tabel proses pembuatan abon ikan lele

Tabel 2. Proses pembuatan abon ikan lele

No	Jenis Kegiatan	Alat (unit)	Harga	Jumlah
1	Penerimaan bahan baku	1. Ikan lele dumbo	25.000	12,5 kg
		2. Timbangan	275.000	1 unit
		gantungan	50.000	3 unit
		3. Pisau	25.000	1 unit
		4. Bak besar	15.000	1 unit
2	Proses pengukusan	5. Tang		
		1. Dandang	100.000	1 unit
		2. Kompor	500.000	2 unit
3	Proses penggorengan	3. Gas	120.000	2 unit
		1. Wajan	280.000	2 unit
		2. Spatula	32.000	2 unit
		3. Kompor	500.000	2 unit
		4. Gas	120.000	2 unit
4	Proses pengemasan	5. Spinner	25.000.000	2 unit
		1. Plastik kemasan	18.000	50 lembar
		2. Label produk	100.000	1000 lembar

Penerapan Good Manufacturing Practices (GMP) dan penggunaan bumbu standar (seperti ketumbar, bawang putih, dan gula merah) berperan penting dalam meningkatkan kualitas produk. Hasil ini sejalan

dengan penelitian Hadiwiyoto (2018) yang menyatakan bahwa standarisasi proses pengolahan dapat mengurangi variasi rasa dan memperpanjang masa simpan produk.

Proses produksi abon ikan lele oleh UMKM Jaya Mandiri dilakukan secara bertahap dan terstruktur untuk memastikan kualitas produk yang higienis, lezat, dan bernilai jual tinggi. Langkah pertama dimulai dengan pengambilan ikan lele langsung dari kolam budidaya, memastikan ikan yang digunakan masih segar dan berkualitas. Setelah diambil, ikan kemudian dikumpulkan dan ditimbang untuk menentukan jumlah bahan baku yang akan diolah. Tahap ini penting sebagai dasar perhitungan efisiensi produksi dan estimasi hasil akhir. Selanjutnya, ikan menjalani proses pembersihan awal dengan disiangi, yakni membuang isi perut dan kotoran, lalu memisahkan kulit dari daging. Kulit ikan yang telah dipisahkan dipisahkan secara manual dan daging ikan kemudian dicuci bersih menggunakan air mengalir agar bebas dari kotoran dan lendir yang dapat memengaruhi cita rasa maupun daya simpan produk. Ikan yang telah bersih kemudian dikukus menggunakan dandang hingga matang. Proses pengukusan ini bertujuan untuk melunakkan daging dan memudahkan pemisahan duri. Setelah dikukus, daging ikan dipisahkan dari duri secara hati-hati agar tidak ada serpihan tulang yang tertinggal, menjaga tekstur dan keamanan pangan produk. Sementara itu, bumbu abon disiapkan terlebih dahulu. Bumbu terdiri dari rempah-rempah seperti bawang putih, bawang merah, ketumbar, lengkuas, dan gula merah yang dihaluskan dan dimasak hingga matang. Kemudian, bumbu kering dimasukkan ke dalam daging ikan dan dicampur merata bersama bumbu basah, agar cita rasa meresap sempurna. Setelah bumbu tercampur rata, daging ikan dimasak kembali selama kurang lebih satu jam dengan metode pengadukan terus-menerus di atas api kecil hingga teksturnya berubah menjadi berserat dan kering. Proses ini membutuhkan ketelatenan agar hasil akhir abon tidak gosong dan memiliki aroma yang sedap. Langkah terakhir adalah proses penghilangan minyak menggunakan mesin spinner. Daging abon yang telah matang dimasukkan ke dalam spinner untuk disentrifugasi, sehingga minyak berlebih terpisah. Hasilnya adalah abon ikan lele yang kering, renyah, tidak berminyak, dan siap dikemas. Setiap tahapan dalam proses ini telah disesuaikan dengan prinsip Good Manufacturing Practices (GMP) untuk menjaga mutu, keamanan, dan konsistensi produk, sekaligus menjadi contoh penerapan teknologi tepat guna dalam pengolahan hasil perikanan skala UMKM. Berikut adalah dokumentasi proses pembuatan abon ikan lele yang tersaji pada gambar 2 di bawah ini

			
Pengambilan ikan di kolam	Ikan yang sudah diambil kemudian di kumpulkan	Setelah itu ikan di timbang	Ikan disiangi
			
Dipisahkan kulitnya	Ikan yang sudah dipisahkan kulitnya	Kulit ikan lele yang sudah di pisahkan dari daging	Kemudian ikan lele dicuci sampai bersih

Gambar 2. Proses Pembuatan Abon Ikan Lele UMKM Jaya Mandiri

			
Dimasukkan kedalam dandang untuk dikukus	Ikan lele yang sudah dikukus	Lalu daging ikan lele di pisahkan dari durinya	Bumbu yang sudah di haluskan kemudian di masak
			
Masukkan bumbu kering kedalam daging lele	Aduk daging lele dengan bumbu basah dan bumbu kering yang sudah di masukkan	Masak daging ikan lele yang sudah di beri bumbu selama 1 jam	Lalu daging ikan lele di masukan kedalam mesin spinner untuk menghilangkan minyak

Gambar 3. Proses Pembuatan Abon Ikan Lele UMKM Jaya Mandiri

2. Kemajuan Manajemen Usaha

Pelatihan manajemen usaha yang diberikan kepada UMKM Jaya Mandiri memberikan dampak signifikan dalam peningkatan kapasitas tata kelola bisnis secara menyeluruh. Salah satu capaian utama adalah tersusunnya sistem pencatatan keuangan sederhana yang mencakup buku kas harian dan laporan laba rugi. Dengan adanya sistem ini, pelaku usaha kini dapat memantau aliran kas masuk dan keluar secara lebih terstruktur dan akurat. Selain itu, hasil perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) per kemasan abon ikan lele (100 gram) menunjukkan margin keuntungan antara 30 hingga 40 persen, yang menunjukkan bahwa usaha memiliki tingkat profitabilitas yang cukup menjanjikan. Informasi ini menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Dari sisi operasional, manajemen stok bahan baku kini dilakukan secara lebih sistematis, sehingga mampu mengurangi tingkat pemborosan hingga 20 persen. Sebelumnya, stok sering tidak terkontrol dengan baik sehingga menimbulkan kerugian akibat bahan baku yang rusak atau tidak terpakai tepat waktu. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan manajemen usaha telah berhasil membekali mitra dengan pemahaman pentingnya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, sebagaimana dijelaskan oleh Hisrich et al. (2020). Dengan pencatatan yang lebih rapi dan akurat, pelaku UMKM dapat mengambil keputusan berbasis data, termasuk dalam menentukan strategi harga yang optimal dan perencanaan usaha jangka panjang, sebagaimana diuraikan oleh Kotler & Armstrong (2022). Pelatihan ini menjadi fondasi penting dalam mendorong profesionalisme dan keberlanjutan usaha skala kecil berbasis potensi lokal.

3. Perluasan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini memberikan hasil yang nyata dalam peningkatan visibilitas dan daya saing produk UMKM Jaya Mandiri. Salah satu capaian utama adalah terbentuknya akun media sosial Instagram @AbonLeleJayaMandiri yang secara aktif digunakan untuk mempromosikan produk. Konten yang disajikan cukup variatif dan menarik, mencakup foto produk, testimoni pelanggan, serta video proses produksi, yang membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kebersihan produk. Dampak dari strategi promosi digital ini terlihat dari peningkatan penjualan online sebesar 40% selama masa pelatihan. Peningkatan ini dicapai melalui pemanfaatan platform WhatsApp dan marketplace seperti Shopee untuk menjangkau konsumen yang lebih luas di luar pasar lokal. Selain promosi

digital, dilakukan pula perbaikan kemasan produk. Kini produk abon ikan lele dikemas dengan desain label yang lebih informatif dan profesional, mencantumkan komposisi bahan, masa kedaluwarsa, serta nomor P-IRT, yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap legalitas dan keamanan produk. Dari sisi pembahasan, hasil ini memperkuat temuan Chaffey & Ellis-Chadwick (2023) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital sangat efektif untuk menjangkau konsumen generasi muda yang aktif di media sosial. Pemanfaatan fitur Instagram Reels dan TikTok juga terbukti mampu meningkatkan engagement hingga 50%, yang berdampak langsung pada kenaikan permintaan produk.

Secara keseluruhan, pelatihan ini membuktikan bahwa digitalisasi pemasaran tidak hanya mampu memperluas pasar, tetapi juga meningkatkan profesionalitas produk UMKM, menjadikan abon ikan lele Jaya Mandiri lebih kompetitif di tengah pasar modern.

4. Analisis Kelayakan Usaha

Berdasarkan hasil analisis finansial terhadap usaha abon ikan lele yang dijalankan oleh UMKM Jaya Mandiri, diperoleh tiga parameter utama penilaian kelayakan usaha, yaitu Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period. Pertama, nilai NPV sebesar Rp25.000.000, menunjukkan bahwa proyek atau usaha ini menghasilkan keuntungan bersih setelah dikurangi biaya investasi awal dan bunga yang relevan. NPV yang bernilai positif ini mengindikasikan bahwa usaha tersebut layak untuk dijalankan dan menguntungkan secara ekonomi. Kedua, nilai IRR sebesar 22%, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat bunga pinjaman UMKM rata-rata yang berada di kisaran 12%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengembalian investasi dari usaha abon ikan lele berada di atas standar minimal kelayakan investasi, dan secara teori, setiap investor atau pelaku usaha akan menganggap proyek ini menarik untuk dilanjutkan. Ketiga, Payback Period selama 1,8 tahun, berarti bahwa modal awal yang telah dikeluarkan dapat kembali dalam waktu kurang dari dua tahun, yang tergolong sangat cepat untuk ukuran skala UMKM. Cepatnya waktu balik modal ini mencerminkan efisiensi usaha dalam menghasilkan arus kas masuk. Secara keseluruhan, ketiga parameter tersebut memberikan gambaran bahwa usaha pengolahan abon ikan lele di UMKM Jaya Mandiri memiliki prospek finansial yang baik, efisien, dan minim risiko. Temuan ini mendukung teori kelayakan investasi sebagaimana dijelaskan oleh Brigham & Houston (2022), yang menyatakan bahwa proyek dengan NPV positif, IRR lebih tinggi dari biaya modal, dan Payback Period yang singkat merupakan investasi yang layak dikembangkan. Berikut adalah tabel perhitungan finansial disajikan pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Finansial:

Parameter	Nilai	Kriteria Kelayakan
NPV	Rp25.000.000	NPV > 0 (Layak)
IRR	22%	IRR > bunga bank (12%)
Payback Period	1,8 tahun	< 2 tahun (Cepat balik modal)

5. Dampak Sosial-Ekonomi

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan pengembangan usaha abon ikan lele di UMKM Jaya Mandiri memberikan dampak sosial dan ekonomi yang nyata bagi masyarakat lokal. Salah satu hasil signifikan adalah penambahan tiga tenaga kerja baru dari warga sekitar untuk mendukung kegiatan produksi dan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa program tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas teknis, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja baru bagi komunitas setempat.

Selain itu, pendapatan mitra usaha mengalami peningkatan yang signifikan, dari sebelumnya Rp2.000.000 per bulan menjadi Rp3.500.000 per bulan setelah mengikuti pelatihan. Kenaikan ini mencerminkan efisiensi usaha dan potensi ekonomi dari produk olahan ikan lele yang memiliki nilai tambah lebih tinggi dibandingkan produk mentah. Antusiasme masyarakat terhadap program ini juga terlihat dari minat warga sekitar untuk mengikuti pelatihan serupa. Hal ini menunjukkan bahwa program memberikan inspirasi dan motivasi bagi pelaku usaha lainnya untuk mengembangkan potensi lokal melalui inovasi produk dan penguatan manajemen usaha. Secara umum, program ini berhasil menciptakan efek ganda (multiplier effect) terhadap penguatan ekonomi lokal, seperti yang dijelaskan oleh Suryana (2021). Tak hanya berdampak pada satu usaha, tetapi juga memberi efek berantai dalam pemberdayaan masyarakat. Dukungan aktif dari Dinas Perikanan Kabupaten Tasikmalaya membuka peluang lebih luas, termasuk kemungkinan pengajuan hibah untuk pengembangan usaha ke depan.

Namun, dalam pelaksanaannya, masih terdapat beberapa kendala teknis dan strategis yang dihadapi. Pertama, keterbatasan peralatan produksi masih menjadi hambatan dalam meningkatkan kapasitas dan efisiensi. Solusi yang ditawarkan adalah dengan mengajukan bantuan peralatan melalui program KUB (Kelompok Usaha Bersama), agar produksi dapat berjalan lebih optimal. Kedua, persaingan dengan produk abon serupa menuntut pelaku UMKM untuk melakukan diferensiasi. Strategi yang digunakan adalah memperkuat keunikan produk, seperti varian rasa (pedas, manis), serta penggunaan kemasan vakum yang lebih modern dan menarik. Ketiga, koneksi internet yang tidak stabil menjadi tantangan dalam menjalankan pemasaran digital secara konsisten. Untuk mengatasi hal ini, UMKM menerapkan strategi pemasaran hybrid, yaitu menggabungkan metode daring (online) dan luring (offline), seperti menjual di pasar lokal sambil tetap aktif di platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Business. Melalui solusi strategis tersebut, diharapkan UMKM Jaya Mandiri dapat terus berkembang secara berkelanjutan dan menjadi model pemberdayaan ekonomi lokal yang efektif.

V. KESIMPULAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk dalam menyerap tenaga kerja dan menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB). Di Kabupaten Tasikmalaya, potensi sektor perikanan, khususnya budidaya ikan lele, cukup besar namun belum dimanfaatkan secara optimal. Salah satu contoh UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan adalah UMKM Jaya Mandiri yang bergerak di bidang pengolahan ikan lele. Namun demikian, pengembangan usaha ini masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar seperti teknik pengolahan yang belum standar, manajemen usaha yang belum tertata, pemasaran yang masih konvensional, serta keterbatasan akses permodalan dan sertifikasi. Hal ini berdampak pada kualitas produk yang kurang konsisten, rendahnya daya saing, serta terbatasnya jangkauan pasar. Untuk mengatasi hal tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan pendekatan terpadu melalui tiga tahap utama, yaitu: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Intervensi yang dilakukan meliputi pelatihan teknik pengolahan abon ikan lele yang higienis dan sesuai standar GMP, pelatihan manajemen usaha dan keuangan, pelatihan pemasaran digital, serta analisis kelayakan finansial menggunakan metode NPV, IRR, dan Payback Period. Dengan kegiatan ini, diharapkan UMKM Jaya Mandiri mampu meningkatkan kualitas dan produktivitas produk, mengembangkan sistem manajemen usaha yang lebih baik, memperluas pangsa pasar melalui strategi digital, dan membuktikan bahwa usahanya layak secara ekonomi. Lebih jauh lagi, program ini juga bertujuan memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar serta memperkuat ketahanan ekonomi lokal di Kabupaten Tasikmalaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2022). *Panduan sertifikasi P-IRT dan BPOM untuk UMKM*. Jakarta: BPOM RI.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2022). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (14th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Digital Marketing* (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Dinas Perikanan Kabupaten Tasikmalaya. (2024). *Data Produksi Perikanan Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2023*. Tasikmalaya: Dinas Perikanan.
- Fardiaz, S. (2019). *Mikrobiologi Pangan*. Bogor: IPB Press.
- Hadiwiyoto, S. (2018). *Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan*. Yogyakarta: Liberty.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Kewirausahaan* (10th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Harlow: Pearson.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Profil UMKM Indonesia Tahun 2022/2023*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan Tahunan Akses Permodalan UMKM*. Jakarta: OJK.
- Rahmawati, D., & Nugroho, R. A. (2020). Penguatan kapasitas UMKM berbasis sumber daya lokal melalui pelatihan kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 45–53.
- Suryana, Y. (2021). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Widodo, W., Nurhayati, S., & Supriyadi, D. (2022). Optimalisasi nilai tambah produk olahan ikan lele untuk peningkatan ekonomi UMKM. *Jurnal Teknologi Hasil Perikanan*, 15(2), 102–110.