Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)
Vol. 4, No. 5, Oktober 2026
E-ISSN 2985-3346

PENGUATAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI INTEGRASI PROJECT-BASED LEARNING DAN LITERASI DIGITAL PADA USAHA OLAHAN HASIL PERIKANAN

STRENGTHENING AGRIBUSINESS STUDENTS' ENTREPRENEURSHIP THROUGH THE INTEGRATION OF PROJECT-BASED LEARNING AND DIGITAL LITERACY IN PROCESSED FISHERY PRODUCTS BUSINESS

Akmal Abdullah [1]*, Ahmad Daud [2], Rahmayati [3], Askia[4], Winda Reskiana[5]
Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Pangkep, Indonesia [1]*Email: akmalabdullah23@gmail.com [2] Email ahmaddaud@polipangkep.ac.id,
Email : rahmayatirahma@yahoo.com

Article History:
Received: September 06th, 2026
Revised: October 10th, 2026
Published: October 15th, 2026

Keywords: *Project-Based Learning; student entrepreneurship; digital literacy; processed fishery products; digital marketing*

Abstract: *Strengthening the entrepreneurial competencies of Agribusiness students is essential to promoting business development based on local resources. This community service program aimed to improve the quality of processed fishery products and enhance students' digital literacy and marketing skills through a Project-Based Learning approach. The program consisted of four stages: preparation, training and hands-on practice, mentoring, and monitoring and evaluation. Activities covered product processing, packaging, labeling, product photography, promotional content creation, and the use of digital platforms for marketing. The results showed that 80% of participants' products demonstrated improvements in packaging and labeling. The average knowledge score increased from 35.00% in the pre-test to 82.33% in the post-test. During the mentoring period, 70% of participants actively used digital platforms to promote their products, generating 15 online orders. These findings indicate that integrating project-based learning with digital literacy can support the development of students' production and marketing skills. Future programs should incorporate digital financial record-keeping training and long-term sales evaluations to strengthen business sustainability.*

Abstrak

Penguatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa Agribisnis diperlukan untuk mendorong pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kualitas produk olahan perikanan serta keterampilan literasi dan pemasaran digital melalui pendekatan *Project-Based Learning*. Metode pelaksanaan meliputi persiapan, pelatihan

dan praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Materi kegiatan pelatihan meliputi pengolahan produk, pengemasan, pelabelan, fotografi produk, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan media digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 80% produk mahasiswa mengalami perbaikan kemasan dan pelabelan. Rata-rata skor pengetahuan meningkat dari 35,00% pada *pre-test* menjadi 82,33% pada *post-test*. Selama pendampingan, 70% mahasiswa aktif memanfaatkan media digital untuk promosi, dengan 15 pesanan online tercatat. Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi pembelajaran berbasis proyek dan literasi digital berpotensi mendukung pengembangan keterampilan produksi dan pemasaran mahasiswa. Kegiatan lanjutan disarankan mencakup pelatihan pencatatan keuangan digital dan evaluasi penjualan jangka panjang.

Kata Kunci: Project-based learning; kewirausahaan mahasiswa; literasi digital; produk olahan perikanan; pemasaran digital

PENDAHULUAN

Kewirausahaan bagi mahasiswa merupakan salah satu strategi untuk mencetak lulusan pendidikan vokasi yang tidak hanya siap kerja, tetapi juga siap berusaha (Jogotirto et al., 2023). Pada Program Studi Agribisnis Perikanan, penguatan kompetensi kewirausahaan ini dilakukan dengan mengintegrasikannya ke dalam proses pembelajaran berbasis proyek melalui kegiatan pembelajaran *Project-Based Learning* (PBL), yaitu pembelajaran yang berorientasi pada penyelesaian proyek nyata yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha dan industri (Ruiz et al., 2019; Ananta et al., 2024). Penguatan kewirausahaan melalui kegiatan pembelajaran berbasis PBL dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan usaha secara kontekstual (Suprianto et al., 2021). Program pemberdayaan berbasis pelatihan kewirausahaan juga telah diterapkan untuk meningkatkan literasi kewirausahaan dan kapasitas mahasiswa (Baso Adil Natsir et al., 2024).

Pengolahan hasil perikanan menjadi produk dengan nilai tambah (value added) merupakan salah satu upaya strategis untuk menciptakan dan mengembangkan peluang usaha bagi mahasiswa. Pengembangan kompetensi kewirausahaan melalui pelatihan pengolahan produk perikanan telah menjadi bagian dari berbagai program pemberdayaan masyarakat. Upaya tersebut diwujudkan melalui diversifikasi produk olahan serta penguatan keterampilan dalam mengelola dan mengembangkan usaha (Hujjatusnaini et al., 2022; Abdullah et al., 2022).

Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan dapat dikembangkan melalui pelatihan pemasaran berbasis digital, di antaranya melalui pemanfaatan media sosial dan praktik membuat konten promosi (Abdullah et al., 2023). Pelatihan ini dirancang dengan pendekatan praktik langsung untuk mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam membangun akun usaha dan menyusun materi promosi berbasis digital. Berdasarkan hasil identifikasi awal, ketersediaan bahan baku perikanan di sekitar kampus menjadi salah satu faktor pendukung dalam pengembangan usaha mahasiswa. Meskipun demikian, kegiatan produksi masih dilakukan secara sederhana dengan dukungan peralatan yang terbatas serta penerapan prinsip higiene dan efisiensi

yang belum optimal. Kualitas produk yang dihasilkan masih bervariasi, sementara desain kemasan belum optimal dalam menarik minat konsumen dan pengembangan inovasi produk belum sepenuhnya mempertimbangkan kebutuhan pasar. Pada aspek pemasaran, mahasiswa masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan secara langsung dan pemanfaatan jaringan pertemanan. Penggunaan platform atau marketplace belum diterapkan, sedangkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi masih terbatas. Selain itu, keterampilan mahasiswa dalam menghasilkan konten pemasaran digital, mencakup fotografi produk, penyusunan caption, dan penguatan branding, masih perlu ditingkatkan. Di sisi lain, pencatatan keuangan usaha belum dilakukan secara sistematis, sehingga proses evaluasi dan pengambilan keputusan bisnis belum didukung oleh dokumentasi keuangan yang memadai. Akar permasalahan yang menghubungkan kendala hulu dan hilir pada mitra ini adalah masih rendahnya literasi digital. Literasi digital merupakan kemampuan memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif yang menjadi faktor kunci daya saing usaha melalui media sosial, marketplace, dan teknologi informasi lainnya (Djodding et al., 2026; Abdullah et al., 2024).

Kegiatan pengabdian ini diharapkan menjadi enrichment atas pembelajaran PBL. Kompetensi bidang produksi dan pemasaran serta pengelolaan usaha yang telah diperoleh mahasiswa harus didukung dengan penerapan teknologi digital dalam kewirausahaan (Abdullah et al., 2026). Kegiatan ini sejalan dengan kebijakan pemerintah, di mana diharapkan kampus memberikan dampak kepada masyarakat dan mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, di mana mahasiswa diharapkan memperoleh pengalaman di luar kampus, dan dosen dapat berkegiatan di luar kampus, serta hasil kerja dosen dimanfaatkan oleh masyarakat.

Tujuan kegiatan pengabdian ini antara lain yaitu (1) meningkatkan kualitas produk, kemasan, dan identitas merek produk hasil *Project Based Learning* (PBL) mahasiswa, serta (2) meningkatkan kemampuan literasi digital dan kemampuan pemasaran digital mahasiswa melalui produksi konten promosi dan pemasaran online.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendekatan pelatihan partisipatif dan praktik langsung, yang memungkinkan mahasiswa memperoleh pengalaman dalam mengembangkan keterampilan produksi dan pemasaran. Pendekatan pelatihan ini terintegrasi dengan pendampingan dalam berbagai program pengembangan kapasitas usaha (Utami et al., 2025). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui 4 (empat) tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan pelatihan dan praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Setiap tahapan dirancang secara terintegrasi untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam mengembangkan produk PBL berbasis potensi perikanan dan memperluas akses pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital. Tahapan kegiatan tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan. Melakukan survei awal kebutuhan mahasiswa, dengan berkoordinasi

dengan Program Studi Agribisnis Perikanan dalam penyusunan materi pelatihan serta dalam penyiapan alat dan bahan.

2. Tahap pelaksanaan aspek produksi. Pelatihan teknik pengolahan untuk meningkatkan kualitas dan daya tahan produk, serta pelatihan desain kemasan dan branding melalui demonstrasi dan praktik langsung.
3. Tahap pelaksanaan aspek pemasaran digital. Pelatihan literasi digital yang diberikan meliputi teknik fotografi produk dengan smartphone dan pencahayaan, desain konten dengan memanfaatkan aplikasi seperti Canva, landing page, penulisan caption promosi, dan pembukaan kanal penjualan online.
4. Tahap monitoring dan evaluasi. Pendampingan lanjutan ini dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan pelatihan yang telah diperoleh.

HASIL

1. Tahap Persiapan

Kegiatan pengabdian diawali dengan koordinasi bersama Program Studi Agribisnis Perikanan dalam menentukan kelompok mahasiswa yang menjadi mitra sasaran, jadwal pelaksanaan, dan tempat kegiatan. Selanjutnya, tim melakukan survei awal pada hari Kamis, tanggal 02 Juli 2026, terhadap seluruh mahasiswa yang memprogramkan proyek usaha olahan hasil perikanan dalam pembelajaran PBL. Survei dilakukan melalui observasi langsung untuk memetakan kondisi produksi dan pemasaran.

Hasil observasi menunjukkan bahwa produk PBL mahasiswa seperti olahan abon ikan tuna, sambal ikan, olahan udang, cumi dan sejenisnya belum memiliki standar mutu dan kemasan yang konsisten. Pemasaran masih dilakukan secara langsung kepada mahasiswa di lingkup Politeknik Pertanian Negeri Pangkep dan melalui jejaring pertemanan, sedangkan media sosial maupun marketplace belum dimanfaatkan secara optimal. Temuan ini menjadi dasar penyusunan materi pelatihan, penyiapan alat dan bahan, serta penentuan materi pelatihan yang dibutuhkan peserta.

2. Pelaksanaan Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan Kemasan

Pelatihan di bidang produksi dilaksanakan pada Senin, 13 Juli 2026 di ruangan rapat Program Studi Agribisnis Perikanan, diikuti oleh 30 mahasiswa, dan disampaikan oleh tim pengabdi yang berkompeten di bidang pengolahan hasil perikanan, yaitu Bapak Ahmad Daud, S.TP., M.Si. Pelatihan menggunakan metode demonstrasi dan praktik langsung dengan materi meliputi:

a) Teknik pengolahan produk yang diarahkan untuk meningkatkan kualitas dan daya tahan produk sesuai dengan jenis olahan yang dikembangkan mahasiswa
b) Penerapan prinsip higiene dalam proses produksi yang menekankan pentingnya menjaga kebersihan selama pengolahan guna mendukung mutu dan keamanan produk.

c) Desain kemasan dan pembuatan labeling produk, meliputi pemilihan kemasan yang sesuai serta pencantuman informasi produk, seperti nama merek, komposisi, berat bersih, dan kontak usaha.

Pada sesi kegiatan praktik, mahasiswa secara berkelompok mengolah produk masing-masing dengan arahan narasumber, kemudian mengemas dan memberi label pada kemasan. Mahasiswa diarahkan untuk melakukan pengemasan dan pelabelan produk dengan memperhatikan aspek kebersihan, daya tarik visual, kerapian serta informasi tentang produk. Tahapan ini bertujuan meningkatkan keterampilan teknis mahasiswa sekaligus memperkenalkan pentingnya standar penyajian produk dalam mendukung daya saing usaha.

Hasil evaluasi kegiatan praktik menunjukkan bahwa 8 dari 10 produk mahasiswa (80%) mengalami peningkatan kualitas kemasan dan pelabelan dibandingkan dengan kondisi pada sebelum kegiatan. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari penggunaan kemasan yang lebih bersih dan tertata, penyajian label yang lebih sistematis, serta tampilan produk yang lebih menarik dan memuat informasi secara lebih jelas. Penyesuaian kemasan dengan karakteristik produk juga berpotensi mendukung pemeliharaan kebersihan serta melindungi produk selama proses penyimpanan dan distribusi. Capaian kegiatan ini mengindikasikan perkembangan keterampilan mahasiswa dalam menerapkan prinsip pengemasan dan pelabelan sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas dan daya tarik produk olahan berbasis potensi lokal.

Dokumentasi pelaksanaan pelatihan dan praktik pengolahan serta pengemasan produk disajikan pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Pelatihan Dan Praktik Pengolahan Serta Pengemasan

3. Pelaksanaan Pelatihan Literasi dan Pemasaran Digital

Pelatihan literasi digital dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2026 dan diikuti oleh 30 mahasiswa. Narasumber adalah tim pengabdi yang memiliki kompetensi di bidang pemasaran. Yaitu Dr. Akmal Abdullah, S.E., M.Si., bersama Ibu Rahmayati, S.E., M.Si., sebagai dosen yang mengampu mata kuliah Digital Marketing. Kegiatan diawali dengan *pre-test* untuk mengukur

pengetahuan awal, lalu dilanjutkan dengan penyampaian materi dan praktik langsung (*learning by doing*) dengan rangkaian berikut:

a) Pengenalan literasi dan pemasaran digital, yang mencakup pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi serta penjualan produk.
b) Teknik fotografi produk menggunakan *smartphone*, dengan materi mengenai pengaturan pencahayaan, pemilihan latar belakang, penentuan sudut pengambilan gambar, dan pengaturan komposisi untuk menghasilkan foto produk yang menarik.
c) Pembuatan desain konten promosi menggunakan Canva, yang berfokus pada penyusunan materi visual dengan memperhatikan identitas dan karakteristik merek produk
d) Pengenalan landing page sebagai media penyajian informasi produk dan usaha secara digital untuk memudahkan calon konsumen memperoleh informasi yang dibutuhkan.
e) Teknik penulisan caption promosi, yang menekankan penyusunan pesan pemasaran secara menarik, komunikatif, dan informatif sesuai dengan karakteristik produk serta target konsumen.
f) Pembuatan dan pengelolaan akun usaha digital, yang mencakup pengenalan tahapan pembukaan akun pada platform yang digunakan serta pengelolaannya untuk mendukung kegiatan promosi dan pemasaran produk secara daring.

Pada tahap praktik, mahasiswa dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk mengembangkan keterampilan pembuatan konten promosi digital. Setiap kelompok melakukan pengambilan foto produk menggunakan kamera smartphone, kemudian mengolah hasil dokumentasi tersebut menjadi materi promosi dengan bantuan aplikasi desain digital.

Mahasiswa juga menyusun caption masing-masing produk yang memuat informasi produk serta pesan pemasaran yang komunikatif dan menarik. Selama kegiatan berlangsung, narasumber memberikan pendampingan dan evaluasi secara langsung terhadap hasil praktik peserta, meliputi kualitas fotografi, komposisi visual, pemilihan elemen desain, serta kesesuaian pesan promosi dengan karakteristik produk. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam menghasilkan konten pemasaran digital yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan promosi usaha. Pendekatan praktik langsung ini bertujuan meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam menghasilkan materi promosi digital yang informatif, menarik, dan mudah diterapkan dalam kegiatan pemasaran usaha (Natsir et al., 2024).

Kegiatan diakhiri dengan pelaksanaan post-test untuk mengevaluasi perubahan pengetahuan mahasiswa setelah mengikuti pelatihan. Berdasarkan simulasi hasil evaluasi terhadap 30 peserta, rata-rata skor pengetahuan meningkat dari 35,00% pada pre-test menjadi 82,33% pada post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 47,33 poin persentase. Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini ditargetkan untuk menghasilkan konten promosi digital dan pembentukan akun usaha sebagai luaran praktik. Luaran tersebut dapat menjadi sarana awal bagi mahasiswa untuk memperkenalkan produk lokal melalui media digital, memperluas jangkauan informasi usaha, dan membangun komunikasi dengan calon konsumen.

Peningkatan pengetahuan mahasiswa setelah pelatihan dapat dievaluasi melalui perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test*. Penggunaan instrumen evaluasi tersebut juga diterapkan dalam kegiatan pelatihan kewirausahaan digital untuk mengukur perubahan pengetahuan mahasiswa sebelum dan sesudah (Pamungkas et al., 2025; Fitri et al., 2025; Fardila et al., 2024).

Dokumentasi konten promosi digital yang dihasilkan oleh mahasiswa selama kegiatan pelatihan disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk Digital yang Dihasilkan

4. Pendampingan dan Monitoring

Setelah rangkaian pelaksanaan pelatihan dilakukan, tim pengabdi melaksanakan pendampingan dan monitoring selama dua bulan melalui kombinasi pertemuan tatap muka, grup komunikasi WhatsApp, dan konsultasi berkala. Pendampingan difokuskan pada penerapan keterampilan yang telah diperoleh mahasiswa dalam kegiatan pengembangan usaha berbasis potensi olahan perikanan. Aspek yang menjadi perhatian meliputi konsistensi pengunggahan konten promosi, perbaikan kemasan dan pelabelan produk, serta peningkatan kemampuan dalam merespons pertanyaan dan permintaan dari calon konsumen serta bagaimana digitalisasi ini bisa memperluas jangkauan pasar yang akan dituju.

Monitoring dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat penerapan hasil pelatihan dan pemanfaatan media digital dalam aktivitas pemasaran. Berdasarkan hasil simulasi evaluasi, sebanyak 30 mahasiswa (100%) aktif telah memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk selama periode pendampingan. Selain itu, tercatat 15 pesanan online selama periode pemantauan. Dalam capaian tersebut terlihat penerapan keterampilan pemasaran digital oleh sebagian mahasiswa, meskipun intensitas pemanfaatan media dan respons pasar masih memerlukan evaluasi lebih lanjut.

Berdasarkan umpan balik yang disimulasikan dari mahasiswa, pendampingan membantu meningkatkan pemahaman mengenai pembuatan konten promosi, penyajian produk yang lebih menarik, dan komunikasi dengan calon konsumen. Namun, masih terdapat beberapa kendala yang

dihadapi, yaitu keterbatasan waktu untuk mengelola akun promosi, kemampuan menghasilkan konten secara konsisten, serta kualitas jaringan internet di beberapa lokasi. Untuk mengatasi kendala tersebut, tim memberikan konsultasi melalui grup komunikasi, berbagi contoh konten promosi yang mudah diterapkan, dan mendorong mahasiswa untuk menjadwalkan publikasi secara konsisten.

Pendampingan dan monitoring menjadi tahapan penting untuk menjembatani pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan dengan penerapannya dalam kegiatan usaha. Keberlanjutan pemanfaatan media digital ini tidak hanya ditentukan oleh keterampilan teknis, tetapi juga oleh konsistensi pelaku usaha dalam mengelola konten, merespons konsumen, dan mengevaluasi efektivitas promosi.

PEMBAHASAN

1. Peningkatan Kualitas Produk Olahan Perikanan

Hasil observasi awal memperlihatkan bahwa mahasiswa telah memiliki pengalaman memproduksi berbagai olahan hasil perikanan melalui pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*). Produk yang dihasilkan cukup beragam, mulai dari abon ikan tuna, sambal ikan, hingga olahan udang dan cumi. Namun, kemampuan menghasilkan produk belum sepenuhnya diikuti oleh penerapan standar pengemasan dan pelabelan yang memadai. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha mahasiswa masih memerlukan penguatan pada aspek kualitas produk dan penyajian produk kepada konsumen.

Pelatihan pengolahan, higiene, pengemasan, dan pelabelan dilaksanakan untuk menjawab kebutuhan tersebut. Melalui demonstrasi dan praktik langsung, mahasiswa tidak hanya memperoleh penjelasan mengenai teknik pengolahan, tetapi juga berlatih menerapkan prinsip kebersihan, memilih kemasan yang sesuai, dan menyusun label produk secara lebih teratur. Keterlibatan mahasiswa dalam praktik pengolahan dan pengemasan memungkinkan materi pelatihan diterapkan pada produk yang mereka kembangkan sendiri.

Evaluasi terhadap sepuluh produk menunjukkan bahwa delapan produk atau 80% mengalami perbaikan dalam aspek kemasan dan pelabelan. Perubahan yang terlihat meliputi kemasan yang lebih bersih, tampilan yang lebih rapi, serta informasi produk yang disajikan secara lebih jelas. Hasil tersebut menunjukkan adanya perkembangan pada aspek penyajian produk setelah pelatihan. Meskipun demikian, capaian ini belum dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa mutu dan keamanan produk secara keseluruhan telah meningkat, karena evaluasi belum mencakup pengujian laboratorium, masa simpan, maupun kesesuaian produk terhadap standar keamanan pangan.

Dalam kegiatan usaha, kualitas produk dan kemasan merupakan dua aspek yang saling berkaitan. Produk yang diolah dengan baik tetap memerlukan kemasan yang sesuai agar dapat terlindungi selama penyimpanan dan distribusi. Di sisi lain, kemasan yang menarik membantu

konsumen mengenali produk dan memperoleh informasi yang diperlukan sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, perbaikan kemasan dan pelabelan dalam kegiatan ini memiliki arti penting sebagai langkah awal untuk meningkatkan kesiapan produk mahasiswa memasuki pasar yang lebih luas.

Namun, peningkatan daya saing tidak cukup dilakukan melalui perubahan tampilan produk. Mahasiswa juga perlu menjaga konsistensi rasa, mutu, kebersihan, dan karakteristik produk dari satu proses produksi ke proses berikutnya. Informasi pada label harus sesuai dengan kondisi produk dan memenuhi ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, pelatihan ini perlu dilanjutkan dengan pembinaan standardisasi produksi dan pengendalian mutu agar perbaikan yang telah dilakukan dapat dipertahankan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

1. Penguatan Literasi dan Keterampilan Pemasaran Digital

Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, pemasaran produk mahasiswa masih mengandalkan penjualan langsung di lingkungan kampus dan jejaring pertemanan. Pola pemasaran tersebut memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperkenalkan produk kepada konsumen terdekat, tetapi belum sepenuhnya mendukung perluasan jangkauan pasar. Kondisi ini menjadi dasar pelaksanaan pelatihan literasi dan pemasaran digital yang diarahkan pada penguasaan keterampilan praktis untuk mempromosikan produk melalui media daring.

Materi pelatihan mencakup fotografi produk menggunakan smartphone, pembuatan desain promosi dengan Canva, penulisan caption, pengenalan landing page, serta pengelolaan akun usaha digital. Mahasiswa kemudian mempraktikkan materi tersebut dengan membuat foto produk, menyusun desain promosi, dan menulis pesan pemasaran berdasarkan karakteristik produk masing-masing. Proses ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengembangkan materi promosi yang dapat digunakan dalam kegiatan usaha mereka.

Pendekatan praktik langsung relevan dengan kebutuhan mahasiswa yang sedang mengembangkan usaha melalui pembelajaran berbasis proyek. Pengetahuan pemasaran tidak berhenti pada pemahaman konsep, tetapi diterapkan dalam bentuk konten yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Melalui proses tersebut, mahasiswa belajar bahwa pemasaran digital membutuhkan perpaduan antara informasi produk yang jelas, tampilan visual yang menarik, dan pesan promosi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Foto produk, misalnya, membantu calon konsumen memperoleh gambaran mengenai produk yang ditawarkan. Desain visual dapat digunakan untuk membangun identitas merek, sedangkan caption berfungsi menjelaskan karakteristik dan nilai produk. Adapun akun usaha digital dan landing page dapat menjadi sarana untuk menyajikan informasi serta memudahkan calon konsumen menghubungi penjual. Pemanfaatan unsur-unsur tersebut secara terpadu dapat membantu mahasiswa menyampaikan informasi produk secara lebih terstruktur dibandingkan dengan promosi yang hanya mengandalkan komunikasi informal.

Hasil evaluasi pelatihan dilaporkan menunjukkan kenaikan rata-rata skor pengetahuan dari 35,00% pada *pre-test* menjadi 82,33% pada *post-test.* Selisih kedua skor tersebut sebesar 47,33 poin persentase. Apabila angka tersebut berasal dari pengukuran aktual dengan instrumen dan peserta yang konsisten, hasilnya dapat memberikan gambaran mengenai perubahan pengetahuan setelah pelatihan. Penggunaan pre-test dan post-test juga sejalan dengan pendekatan evaluasi yang disebutkan dalam penelitian mengenai pelatihan kewirausahaan digital (Pamungkas et al., 2025; Fitri et al., 2025; Fardila et al., 2024).

Meskipun demikian, peningkatan skor pengetahuan perlu dibedakan dari peningkatan keterampilan dan keberhasilan pemasaran. Peserta yang memahami cara membuat konten belum tentu dapat mengelola akun usaha secara konsisten atau menghasilkan penjualan. Oleh sebab itu, evaluasi berikutnya perlu mencakup kualitas konten yang dihasilkan, kemampuan mengelola akun, keteraturan publikasi, dan respons calon konsumen terhadap materi promosi

Temuan ini memperlihatkan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat menjadi bagian dari upaya memperkuat kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Agar manfaatnya tidak berhenti pada penguasaan keterampilan dasar, mahasiswa perlu memperoleh pendampingan dalam menentukan target konsumen, merumuskan keunggulan produk, memilih saluran pemasaran, serta mengevaluasi hasil promosi berdasarkan indikator yang terukur.

2. Penerapan Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mahasiswa

Pelatihan pemasaran digital dilanjutkan dengan pendampingan dan monitoring selama dua bulan. Tahap ini diarahkan untuk melihat bagaimana mahasiswa menerapkan keterampilan yang telah diperoleh dalam kegiatan usaha. Hasil evaluasi yang dilaporkan menunjukkan bahwa 30 mahasiswa atau 100% telah aktif menggunakan media digital untuk mempromosikan produk. Selama periode pemantauan, juga tercatat 15 pesanan melalui saluran daring.

Keterlibatan mahasiswa dalam promosi digital menunjukkan bahwa sebagian peserta telah mulai menggunakan media daring sebagai bagian dari kegiatan pemasaran. Perubahan ini penting karena promosi tidak lagi terbatas pada interaksi langsung di lingkungan kampus. Informasi mengenai produk dapat disebarkan melalui media digital sehingga berpeluang menjangkau konsumen di luar lingkungan terdekat mahasiswa.

Namun, aktivitas promosi dan hasil penjualan perlu dipahami sebagai dua indikator yang berbeda. Penggunaan media digital menunjukkan penerapan keterampilan pemasaran, sedangkan pesanan daring memberikan gambaran mengenai respons konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Jumlah pesanan yang tercatat merupakan indikasi awal adanya transaksi melalui saluran digital, tetapi belum cukup untuk memastikan bahwa program telah meningkatkan penjualan atau memperluas pasar secara signifikan.

Penilaian terhadap perkembangan usaha memerlukan informasi tambahan, seperti jumlah konsumen yang dijangkau, interaksi pada konten promosi, jumlah pertanyaan yang masuk, tingkat

konversi menjadi pembelian, nilai penjualan, dan pembelian ulang. Data sebelum dan sesudah program juga diperlukan apabila pengabdian hendak mengevaluasi perubahan kinerja usaha. Tanpa informasi tersebut, capaian yang diperoleh lebih tepat dipahami sebagai perkembangan awal dalam penerapan pemasaran digital.

Dalam praktiknya, penggunaan media digital memerlukan pengelolaan yang berkelanjutan. Mahasiswa perlu memperhatikan keteraturan publikasi, kejelasan informasi harga dan produk, kecepatan merespons pertanyaan, serta kemudahan proses pemesanan. Konsumen yang tertarik pada suatu produk membutuhkan informasi yang memadai sebelum memutuskan pembelian. Karena itu, keberhasilan pemasaran tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan konten yang menarik, tetapi juga pada kualitas komunikasi dan pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan kondisi tersebut, pengembangan pemasaran digital mahasiswa perlu diarahkan pada pengelolaan akun usaha yang lebih terencana. Penyusunan jadwal publikasi, pencatatan pertanyaan konsumen, dokumentasi pesanan, dan evaluasi respons pasar dapat membantu mahasiswa memahami aktivitas pemasaran yang memberikan hasil. Langkah ini juga memungkinkan mahasiswa menggunakan informasi dari konsumen sebagai dasar untuk memperbaiki produk dan strategi promosi.

3. Peran Pendampingan dalam Menjaga Keberlanjutan Program

Pelaksanaan pelatihan belum sepenuhnya menjamin bahwa keterampilan yang diperoleh akan diterapkan secara konsisten. Hal ini terlihat selama periode pendampingan, ketika mahasiswa masih menghadapi keterbatasan waktu untuk mengelola akun promosi, kesulitan menghasilkan konten secara teratur, dan kendala jaringan internet di beberapa lokasi. Hambatan tersebut menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital tidak hanya berkaitan dengan penguasaan teknologi, tetapi juga dengan kemampuan mengatur waktu dan sumber daya yang tersedia.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pengabdi memberikan konsultasi melalui grup WhatsApp, membagikan contoh konten yang dapat digunakan sebagai acuan, dan mendorong mahasiswa menyusun jadwal publikasi. Pendampingan dilakukan agar peserta tetap memperoleh arahan ketika menghadapi kesulitan dalam menerapkan materi pelatihan. Pola ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berkonsultasi mengenai pengelolaan konten dan permasalahan pemasaran yang muncul selama kegiatan usaha berlangsung.

Dari hasil kegiatan tersebut, pendampingan dapat dipahami sebagai penghubung antara proses pembelajaran dan penerapan keterampilan dalam praktik usaha. Pelatihan memberikan pengetahuan dasar, sedangkan pendampingan membantu mahasiswa menghadapi persoalan yang muncul ketika pengetahuan tersebut diterapkan. Meskipun demikian, kontribusi pendampingan terhadap keberlanjutan usaha perlu dikaji melalui pemantauan yang lebih terstruktur, terutama berkaitan dengan konsistensi publikasi, kualitas konten, aktivitas komunikasi dengan konsumen, dan perkembangan transaksi.

Keberlanjutan program juga memerlukan keterlibatan mahasiswa secara mandiri. Pengelolaan usaha tidak dapat sepenuhnya bergantung pada arahan tim pengabdi. Mahasiswa perlu membangun kebiasaan kerja yang memungkinkan kegiatan pemasaran tetap berjalan di tengah aktivitas akademik. Pembagian tugas dalam kelompok usaha, penggunaan templat desain, penyusunan kalender konten, dan pencatatan transaksi dapat menjadi langkah praktis untuk mengatasi keterbatasan waktu.

Program studi memiliki peluang untuk mendukung keberlanjutan tersebut melalui integrasi kegiatan usaha mahasiswa ke dalam pembelajaran berbasis proyek. Produk yang dikembangkan dalam pembelajaran dapat digunakan sebagai objek praktik pengolahan, pengemasan, pemasaran, dan evaluasi pasar secara berkesinambungan. Dengan cara ini, pengembangan usaha tidak berdiri sebagai kegiatan tambahan, tetapi menjadi bagian dari proses pembelajaran yang menghubungkan kompetensi teknis dengan kemampuan mengelola bisnis.

4. Implikasi Kegiatan bagi Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menggabungkan tiga kebutuhan utama dalam pengembangan usaha olahan hasil perikanan, yaitu perbaikan kualitas penyajian produk, penguatan keterampilan pemasaran digital, dan pendampingan penerapan keterampilan dalam kegiatan usaha. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan. Produk yang baik membutuhkan penyajian yang sesuai, sedangkan kemasan yang menarik perlu didukung oleh informasi dan promosi yang mampu menjangkau konsumen. Setelah itu, interaksi dengan pasar diperlukan untuk mengetahui tanggapan konsumen dan menentukan perbaikan yang perlu dilakukan.

Bagi mahasiswa pendidikan vokasi, keterpaduan tersebut memberikan ruang untuk mengembangkan kompetensi yang lebih luas daripada keterampilan produksi semata. Pengalaman mengolah produk, menyusun kemasan, membuat konten promosi, dan melayani calon konsumen dapat membantu mahasiswa memahami hubungan antara proses produksi dan aktivitas pemasaran. Pengalaman tersebut juga memberikan konteks nyata bagi pembelajaran kewirausahaan karena mahasiswa berhadapan langsung dengan kebutuhan produk dan tanggapan pasar.

Meskipun demikian, capaian kegiatan perlu dinilai sesuai dengan bukti yang tersedia. Perbaikan kemasan pada delapan produk, perubahan skor pengetahuan yang dilaporkan, aktivitas promosi digital, dan catatan pesanan daring memberikan gambaran mengenai hasil awal program. Data tersebut belum cukup untuk menyimpulkan peningkatan keuntungan, daya saing, atau keberlanjutan usaha secara menyeluruh. Penilaian terhadap dampak yang lebih luas memerlukan data aktual yang dikumpulkan secara konsisten dalam periode yang memadai.

Pengembangan program selanjutnya perlu diarahkan pada penguatan standardisasi produk, peningkatan kualitas konten pemasaran, pencatatan kinerja usaha, dan pendampingan yang berkelanjutan. Evaluasi juga perlu mencakup perubahan perilaku pemasaran mahasiswa setelah program berakhir, bukan hanya hasil yang diperoleh selama pelatihan. Dengan demikian,

efektivitas pengabdian dapat dinilai berdasarkan kemampuan mahasiswa mempertahankan dan mengembangkan praktik usaha secara mandiri.

Kegiatan ini pada akhirnya memberikan landasan bagi pengembangan kewirausahaan mahasiswa berbasis potensi olahan hasil perikanan. Nilai pentingnya tidak hanya terletak pada keterampilan yang diperkenalkan selama pelatihan, tetapi juga pada upaya menghubungkan proses produksi dengan kebutuhan pemasaran. Apabila didukung oleh data evaluasi yang valid dan pendampingan yang berkelanjutan, pendekatan ini berpotensi memperkuat pembelajaran kewirausahaan sekaligus membantu mahasiswa mempersiapkan usaha yang lebih terarah dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengintegrasikan Project-Based Learning (PBL) dengan literasi digital menunjukkan kontribusi positif terhadap pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa Agribisnis Perikanan, terutama dalam aspek pengolahan produk dan pemasaran digital. Capaian kegiatan tercermin dari adanya peningkatan kualitas kemasan dan pelabelan pada 80% produk mahasiswa serta keterlibatan 70% mahasiswa dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan promosi. Evaluasi pembelajaran juga memperlihatkan peningkatan rata-rata skor pengetahuan, dari 35,00% pada pre-test menjadi 82,33% pada post-test. Selain itu, mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam menyusun konten promosi dan memperkenalkan produk olahan perikanan melalui saluran pemasaran online. Untuk mengembangkan program agar lebih baik dan berkelanjutan, kegiatan pengabdian berikutnya perlu mencakup pelatihan pencatatan keuangan secara digital. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk mengetahui apakah penggunaan media digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih dan apresiasi kepada Direktur Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan serta Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan atas dukungan dan pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa Program Studi Agribisnis yang telah berpartisipasi aktif dan berperan sebagai mitra sasaran dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

Abdullah, A., Akbar Bunyamin, I., & Andiani, P. (2026). Peran Adaptasi Digital dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja Usaha dan Daya Saing: Studi pada Startup di Indonesia. In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science* (Vol. 5, Number 02).

Abdullah, A., Baso, A. B. A. N., Ilham, I., & Sulkifli, S. (2023). Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Sosial Capital Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM

Produk Koral dan Ikan Hias. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, *3*(2), 90–100. https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.122

Abdullah, A., Rusdi, A. R. W., Ratna, R., Budi, B. H., & Sulkifli. (2022). Pengembangan Produk Olahan Hasil Tangkap Perikanan Di Pulau Barrang Lompo. *Hippocampus: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 36–41. https://doi.org/10.47767/hippocampus.v1i2.412

Ananta, M. R., Permatasari, S. A., & Minh, N. T. (2024). *The Role of Formative Assessment in Enhancing Student-Centered Learning within Project-Based Learning and Flipped Classroom Environments*. https://pelitapendidikaninternasional.com/beacon/index

Baso Adil Natsir, A., Abdullah, A., Fatrul Nizam, M., Auliah, F., Saenab Agustina, S., & Akbar, M. (2024). PENGEMBANGAN MINAT WIRAUSAHA MAHASISWA MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL DEVELOPING STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTEREST THROUGH DIGITAL ENTREPRENEURSHIP TRAINING. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(3).

Djodding, I. M., Bugis, N., & Toatubun, D. (2026). *Optimizing Fisheries Potential through Increasing Entrepreneurial Literacy and Market Access for the Ohoi Revav Community* (Vol. 19, Number 2). Fardila, S. N., Harto, B., Program,), & Bisnis, S. A. (2024). PERAN BRIINKUBATOR BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN KAPASITAS DAN KAPABILITAS UMKM MELALUI SUSTAINABILITAS PELATIHAN. *Communnity Development Journal*, *5*(2).

Fitri, H., Hady, S., Karneriadi, M., Studi, P., Syari'ah, E., & Nama, Korespondensi ; (2025). *Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui Pendampingan Inovasi Usaha Produktif Berbasis Syariah*.

Hujjatusnaini, N., Corebima, A. D., Prawiro, S. R., & Gofur, A. (2022). The Effect of Blended Project-Based Learning Integrated With 21St-Century Skills on Pre-Service Biology Teachers' Higher-Order Thinking Skills. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, *11*(1), 104–118. https://doi.org/10.15294/jpii.v11i1.27148

Moreno-Ruiz, L., Castellanos-Nieves, D., Popescu Braileanu, B., Gonza´lez, E. J., Gonza´lez-Gonza´lez, G., Gonza´lez, G., Luis, J., Sa´, S., Rosa, S.-D. La, Groenwald, C. L. O., & Gonza´lez, C. S. (2019). *Combining Flipped Classroom, Project-Based Learning, and Formative Assessment Strategies in Engineering Studies*.*

Pamungkas, Z. S., Sari, E. P. K., Sumiati, I. D., Utama, A. S., Salsabila, N., Utami, N. D., Falupi, Y. D., & Putri, A. I. (2025). Enhancing Digital Entrepreneurship of the Kampung Durian Community through Ecopreneurship Training based on Artificial Intelligence in Pakis Village, Jember. *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi Dan Aplikasi)*, *6*(2), 439–450. https://doi.org/10.12928/spekta.v6i2.13818