

Pendidikan Ekspor Mandiri bagi Petani Kepiting Biru Lokal Menggunakan Pendekatan Pemasaran Digital di Desa Lempuyang, Kecamatan Tanara

Siti Juhaeni¹, Cindy Fina Fateha², Wardatul Raihana³, Nur Khairiah⁴,
Wida Qonitatul Wiqoyah⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen PSDKU Kampus Kota Serang Universitas Pamulang, Indonesia

Corresponding Author: henjii2121@gmail.com

ABSTRACT

The background of this Community Service Activity (PKM) is a structural anomaly in the local blue swimming crab trade network in Lempuyang Village, Tanara District, Serang Regency, where export distribution has traditionally been controlled by third-party intermediaries due to information asymmetry and lack of digital business literacy. This program aims to enhance global entrepreneurship awareness, standard export document procedures, and digital marketing strategies for local small-to-medium enterprises (SMEs) and cultivators. The program was delivered face-to-face (offline) using three progressive systematic phases: an awareness session on the European market, digital tools marketing education via visualization of international B2B platforms (Alibaba.com and SeafoodSource), and direct export administrative technicalities training based on Incoterms FOB. The outcomes of this community empowerment initiative demonstrated significant success and proactive engagement from the target audience. This is quantitatively evidenced by the attendance of 27 local participants, which exceeded the committee's initial target by 135%. Furthermore, the two-way interaction developed dynamically, with 6 participants raising critical questions concerning sustainable crab cultivation techniques and academic partnership opportunities at Pamulang University. Through this intensive training, the audience fully acquired comprehensive knowledge and a clear understanding regarding procedural steps of direct export mechanisms. This mindset transformation serves as the village's primary catalyst to dismantle exploitative intermediary networks and establish long-term financial sovereignty and marine economic independence.

Keywords: Direct Export, Blue Swimming Crab, Digital Marketing, SME Empowerment

Received: 01.01.2026	Revised: 01.02.2026	Accepted: 01.03.2026	Available online: 04.06.2026
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

ABSTRACT

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilatarbelakangi oleh adanya anomali struktural tata niaga komoditas rajungan di Desa Lempuyang, Kecamatan Tanara, Kabupaten Serang, di mana distribusi ekspor dikendalikan oleh tengkulak transit luar daerah akibat kesenjangan informasi dan literasi digital bisnis. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wirausaha global, pemahaman teknis dokumen legalitas ekspor mandiri, serta penguasaan strategi digital marketing bagi pelaku UKM dan pembudidaya lokal. Metode pelaksanaan program dilakukan secara tatap muka (offline) melalui alur solusi tiga tahap yang sistematis, meliputi sesi Awareness pasar global, edukasi pemanfaatan digital tools marketing (Alibaba.com dan SeafoodSource), serta pelatihan prosedur administratif dan simulasi ekspor direct berbasis Incoterms FOB. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan keberhasilan yang sangat signifikan dan respons yang proaktif dari masyarakat sasaran. Hal ini dibuktikan secara kuantitatif melalui kehadiran riil 27 orang peserta dari komunitas pesisir setempat, yang berarti melampaui target sasaran awal panitia sebesar 135%. Selain itu, forum diskusi berjalan dinamis dengan adanya 6 orang perwakilan audiens yang mengajukan pertanyaan kritis mendalam terkait kluster teknis budidaya rajungan berkelanjutan serta mekanisme kemitraan lanjutan dengan Universitas Pamulang. Melalui edukasi intensif ini, para peserta kini telah mampu mengetahui, memahami, dan memetakan dengan jelas langkah-langkah prosedural administratif ekspor mandiri untuk menembus pasar internasional. Transformasi mindset ini menjadi modal utama desa dalam memotong rantai perantara eksploitatif demi mewujudkan kedaulatan finansial dan kemandirian ekonomi maritim secara berkelanjutan.

Keywords: Ekspor Mandiri, Rajungan Lokal, Digital Marketing, Pemberdayaan UKM

Received: 01.01.2026	Revised: 01.02.2026	Accepted: 01.03.2026	Available online: 14.06.2026
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

PENDAHULUAN

Sektor kelautan dan perikanan merupakan salah satu pilar ekonomi strategis nasional bagi Indonesia. Sebagai negara kepulauan, komoditas maritim Indonesia memiliki nilai tawar yang sangat tinggi di pasar internasional. Salah satu produk perikanan yang menjadi andalan ekspor dan memiliki permintaan global yang sangat masif adalah komoditas rajungan (*Portunus pelagicus*) ((LPEI) 2023). Permintaan dunia terhadap daging rajungan terus meroket dari tahun ke tahun, terutama dari negara-negara di kawasan Uni Eropa seperti Belanda, Jerman, Prancis, dan Inggris. Karakteristik daging rajungan yang lembut, gurih,

kaya protein, namun rendah lemak menjadikannya produk hidangan laut (*seafood*) premium yang sangat diminati oleh konsumen di belahan bumi barat (Afrilia 2018). Provinsi Banten, khususnya wilayah pesisir Kabupaten Serang, memiliki garis pantai potensial yang menjadi habitat alami sekaligus pusat aktivitas budidaya rajungan lokal. Salah satu sentra produksi budidaya rajungan yang signifikan terletak di Desa Lempuyang, Kecamatan Tanara, Kabupaten Serang, Banten. Masyarakat di Desa Lempuyang sebagian besar menggantungkan mata pencaharian mereka pada hasil laut, di mana kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) serta para pembudidaya lokal memiliki kapasitas produksi rajungan yang melimpah dan kualitas komoditas yang sangat kompetitif (Anharudin dan Miranty 2024).

Namun demikian, potensi ekonomi yang luar biasa besar ini belum mampu dikonversi menjadi kesejahteraan yang optimal bagi masyarakat pembudidaya lokal di Desa Lempuyang. Berdasarkan analisis situasi dan survei lapangan mendalam yang dilakukan, ditemukan sebuah anomali struktural dalam rantai pasok dan tata niaga distribusi rajungan di wilayah ini. Selama bertahun-tahun, distribusi produk rajungan asal Desa Lempuyang untuk menembus pasar ekspor Eropa harus melalui jalur transit via tengkulak atau perantara besar yang berpusat di Kota Semarang, Jawa Tengah. Mekanisme transit yang panjang ini menyebabkan hilangnya margin keuntungan riil yang seharusnya dinikmati oleh pembudidaya lokal. Pihak perantara di Semarang mengambil porsi keuntungan terbesar sebagai pemegang kendali akses pasar internasional, sementara pembudidaya di Desa Lempuyang selaku produsen utama hanya mendapatkan harga jual di tingkat bawah yang tidak sebanding dengan biaya operasional budidaya dan risiko kerja di lapangan. Ketergantungan kronis pada jalur tengkulak transit ini memperlemah posisi tawar (*bargaining power*) komunitas pembudidaya lokal serta mengikis kemandirian ekonomi desa pesisir (Badan Karantina Ikan 2024).

Kondisi tersebut bukan disebabkan oleh rendahnya mutu rajungan yang diproduksi, melainkan akibat adanya kesenjangan informasi, keterbatasan penguasaan teknologi digital marketing, serta ketakutan psikologis terhadap rumitnya birokrasi perdagangan internasional. Permasalahan prioritas yang dihadapi kelompok sasaran meliputi minimnya kesadaran (*awareness*) terhadap peluang ekspor mandiri karena pembudidaya terjebak pola pikir tradisional bahwa

ekspor hanya bisa dilakukan oleh korporasi besar (Group 2024). Selain itu, terdapat keterbatasan digitalisasi pemasaran dan pengembangan branding produk di mana profil usaha mereka tidak terindeks di mesin pencarian dan produk dijual dalam bentuk komoditas generik curah tanpa sentuhan merek. Mitra juga mengalami kurangnya pemahaman terkait prosedur, regulasi, dan dokumen ekspor produk perikanan yang ketat di Uni Eropa seperti EU Regulation No. 178/2002 dan standar HACCP (Commission 2023). Kelompok mitra mengalami kebutaan terhadap pengetahuan administratif seperti penentuan klasifikasi kode barang (*HS Code*), alur penerbitan dokumen wajib seperti *Invoice*, *Packing List*, *Health Certificate* dari BKIPM 2024, *Certificate of Origin* atau Surat Keterangan Asal (SKA) dari Kementerian Perdagangan, serta istilah komersial internasional (*Incoterms*) seperti FOB, CIF, atau EXW.

Jika kompleksitas permasalahan ini diabaikan, maka akan memicu dampak negatif jangka panjang berupa stagnasi kesejahteraan, kemiskinan sistemik, ketergantungan rantai pasok eksploitatif, ketertinggalan teknologi bisnis (*digital divide*), dan depresiasi citra daerah (Wijaya 2023). Oleh karena itu, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini hadir dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan pembudidaya dalam menguasai strategi digital marketing dan branding produk siap ekspor, meningkatkan pemahaman teknis mengenai prosedur dan dokumen legalitas ekspor mandiri, serta meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Lempuyang (Susilowati dan Handayani 2022). Program ini dirancang agar memberikan manfaat bagi mitra berupa peningkatan kapasitas keilmuan, kemandirian ekonomi dengan memotong komodifikasi tengkulak, dan peningkatan nilai tambah produk lewat manajemen branding yang profesional. Bagi mahasiswa, kegiatan ini bermanfaat sebagai aplikasi keilmuan teoretis manajemen pemasaran di lapangan (Kotler dan Keller 2012). Sedangkan bagi institusi, program ini bermanfaat untuk pemenuhan Indikator Kinerja Utama (IKU), penguatan hubungan sektoral, serta peningkatan reputasi kampus Universitas Pamulang sebagai institusi yang peduli dan solutif.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan secara tatap muka (*offline*) langsung dengan menyambangi wilayah pesisir Kabupaten Serang. Kegiatan edukasi diselenggarakan pada hari Kamis, 30 April 2026, bertempat di Balai Desa Lempuyang, Kecamatan Tanara, Kabupaten Serang, Provinsi Banten yang beralamat di Jalan Kyai Adung. Penentuan waktu pelaksanaan disesuaikan dengan waktu luang kelompok sasaran setelah menyelesaikan aktivitas perawatan tambak dan penanganan hasil panen subuh. Sasaran audiens yang menjadi target utama penerima manfaat dari kegiatan PKM ini dipilih secara sengaja (*purposive*) yaitu para pembudidaya rajungan lokal, nelayan tangkap, serta pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) pengolahan produk perikanan di wilayah Desa Lempuyang. Karakteristik kelompok sasaran ini adalah mereka merupakan produsen utama komoditas rajungan yang selama ini mengalami kerugian ekonomi akibat jerat tata niaga tengkulak perantara, sehingga berada dalam kondisi paling membutuhkan intervensi keilmuan manajemen pemasaran.

Guna memastikan program berjalan secara sistematis dan terukur, tim pengabdian menerapkan metode pendekatan alur tiga tahap utama yang dilaksanakan secara berkesinambungan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan (*Pre-Activity*). Meliputi survei pendahuluan melalui wawancara dengan tokoh nelayan untuk analisis masalah rantai pasok tradisional, penyusunan draf proposal dan pengurusan perizinan formal ke program studi serta otoritas desa, serta koordinasi teknis mengenai logistik ruang balai desa dan penyebaran undangan kepada kelompok mitra.
2. Tahap Pelaksanaan (*Action Activity*). Diisi dengan penyampaian materi inti yang dibagi menjadi tiga fase solusi, yaitu Sesi *Awareness* pasar rajungan Eropa, Edukasi *Digital Tools Marketing* melalui visualisasi platform B2B internasional seperti Alibaba.com dan SeafoodSource, serta Pelatihan Prosedur dan Simulasi Ekspor Mandiri dengan membedah fungsi *HS Code*, dokumen administratif (*Invoice, Packing List, HC BKIPM, SKA Dagang*), dan skema harga berbasis *Incoterms* FOB.
3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut (*Post-Activity*). Meliputi sesi diskusi interaktif dan umpan balik dua arah, kompilasi seluruh data lapangan untuk penyusunan laporan akhir kegiatan, serta

perencanaan skema pendampingan bisnis berkala via grup komunikasi digital.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dikelola secara kolektif oleh tim mahasiswa Manajemen Universitas Pamulang di bawah bimbingan dosen pendamping dengan pembagian struktur kerja operasional yang ketat. Tim terdiri dari Amalia Fatia, S.Akun., M.M. sebagai dosen pendamping dan supervisor akademik, Siti Juhaeni sebagai ketua pelaksana, Cindy Fina Fateha dan Wardatul Raihana sebagai pemateri inti/fasilitator, serta Nur Khairiah dan Wida Qonitatul Wiqoyah sebagai penanggung jawab kesekretariatan, administrasi, dan logistik acara. Untuk mendukung akurasi evaluasi ketercapaian target program di lapangan, tim menerapkan dua instrumen pengumpulan data utama, yaitu daftar hadir fisik (absensi) untuk mengukur kuantitas partisipasi riil masyarakat, serta lembar catatan diskusi (notulensi) untuk merekam secara verbatim seluruh poin pertanyaan, tanggapan, kendala, dan aspirasi yang dilontarkan oleh audiens selama sesi tanya jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diinisiasi oleh mahasiswa Program Studi Manajemen PSDKU Kampus Kota Serang Universitas Pamulang merupakan salah satu bentuk perwujudan nyata dari pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program pengabdian masyarakat ini mengusung tema “Edukasi Ekspor Mandiri bagi Pembudidaya Rajungan Lokal dengan Pendekatan Digital Marketing” dan telah sukses diselenggarakan secara penuh pada hari Kamis, 30 April 2026. Seluruh rangkaian kegiatan operasional dipusatkan secara terintegrasi di Balai Desa Lempuyang, Kecamatan Tanara, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan strategis mengenai potensi geografis Desa Lempuyang yang memiliki basis komoditas perikanan yang melimpah, namun masih terkendala oleh keterbatasan akses pasar langsung ke ranah global (Keller 2013).

Keputusan tim pengabdian untuk menggunakan pilihan metode tatap muka (*offline*) terbukti menjadi langkah metodologis yang sangat

tepat dalam menunjang keberhasilan program. Melalui interaksi langsung di lapangan, tim pengabdian mampu membangun kedekatan emosional dan mencairkan jarak psikologis yang biasanya terbangun antara kalangan akademisi kampus dengan masyarakat nelayan pesisir (Kotler dan Keller 2012). Selain itu, metode konvensional tatap muka ini mempermudah penyampaian materi serta transfer keilmuan mengenai birokrasi perdagangan internasional yang selama ini dianggap sangat rumit, birokratis, dan menakutkan oleh masyarakat lokal, menjadi bentuk komunikasi narasional yang sederhana, praktis, dan mudah dipahami oleh para pelaku usaha mikro (McNally dan Speak 2002).

Rangkaian acara dimulai tepat pada pukul 08.30 WIB dengan agenda awal berupa registrasi para peserta. Proses pendaftaran dihadiri secara antusias oleh komunitas lokal yang langsung diberikan paket alat tulis serta cinderamata awal oleh tim kesekretariatan. Setelah ruangan Balai Desa terkondisikan dengan tertib, ritual pembukaan resmi segera dilaksanakan secara khidmat dipandu oleh pembawa acara (*Master of Ceremony*). Acara diawali dengan menyanyikan lagu kebangsaan Indonesia Raya secara bersama-sama guna membangkitkan semangat nasionalisme, optimisme, dan rasa percaya diri bahwa produk maritim lokal Indonesia memiliki kualitas yang sangat mampu untuk bersaing dan merajai pasar internasional. Setelah pembacaan susunan acara formal selesai, acara dilanjutkan dengan pembacaan doa bersama demi kelancaran dan keberkahan pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ekonomi tersebut.

Agenda berikutnya diisi dengan laporan formal pelaksanaan yang disampaikan langsung oleh Ketua Pelaksana PKM, Siti Juhaeni. Dalam pemaparannya, ketua pelaksana menguraikan secara komprehensif mengenai esensi, latar belakang, serta peta jalan program PKM yang dibawa oleh tim mahasiswa Universitas Pamulang. Memasuki pukul 09.30 WIB, acara dilanjutkan dengan sesi sambutan dari para pejabat dan otoritas terkait. Sambutan pertama disampaikan secara hangat oleh Kepala Desa Lempuyang beserta jajaran perangkat desa. Dalam pidato sambutannya, Kepala Desa memberikan legitimasi dan dukungan moral yang sangat besar terhadap kehadiran mahasiswa. Beliau menyatakan secara terbuka bahwa program PKM yang membawakan materi ekspor mandiri ini bagaikan oase di gurun pasir bagi para pembudidaya rajungan di wilayah Tanara. Selama bertahun-tahun, komunitas nelayan setempat terjebak menjadi objek eksploitasi harga oleh jaringan

tengkulak atau perantara besar luar daerah karena keterbatasan informasi tata niaga. Sambutan kedua dilanjutkan secara akademis oleh Ibu Amalia Fatia, S.Akun., M.M., selaku Dosen Pendamping sekaligus *Reviewer* kegiatan, yang menegaskan komitmen institusional Universitas Pamulang untuk terus mengawal proses hilirisasi keilmuan manajemen pemasaran agar berdampak langsung pada kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat. Memasuki agenda utama pada pukul 10.00 WIB, sesi inti pemaparan materi pengabdian dan visualisasi langkah-langkah konkret ekspor mandiri lewat pendekatan *digital marketing* mulai disajikan oleh pemateri inti, Cindy Fina Fateha dan Wardatul Raihana. Guna mempermudah penyerapan informasi oleh audiens, tim pengabdian membagi draf penjelasan ke dalam tiga fase strategis yang dikembangkan secara mendalam dan sistematis:

Fase Pertama Sesi *Awareness* (Membangun Kesadaran Pasar. Pada tahap awal pemaparan materi, pemateri memfokuskan perhatian audiens pada pembongkaran pola pikir tradisional yang selama ini membelenggu kreativitas bisnis masyarakat desa. Tim pengabdian menyajikan pemaparan data verbal dan visual mengenai perbandingan harga riil daging rajungan (*Portunus pelagicus*) di pasar internasional, khususnya negara-negara Uni Eropa seperti Belanda, Jerman, Prancis, dan Inggris, yang memiliki nilai jual sangat tinggi jika dikonversi ke dalam mata uang Rupiah. Data ini kemudian dikontraskan secara tajam dengan harga beli curah konvensional yang ditetapkan sepihak oleh para tengkulak di tingkat tambak lokal Desa Lempuyang. Penjelasan interaktif ini berhasil memicu perhatian (*attention*) penuh dari peserta serta membongkar mitos lama yang menganggap bahwa aktivitas ekspor adalah monopoli mustahil yang hanya bisa dijalankan oleh korporasi raksasa di kota-kota besar. Langkah penumbuhan kesadaran global ini sangat sejalan dengan konsep manajemen pemasaran fundamental yang dikemukakan oleh Rampersad (2008), di mana penciptaan nilai persepsi yang kuat di awal merupakan determinan utama yang menggerakkan motivasi seseorang untuk melakukan ekspansi bisnis.

Fase Kedua Edukasi *Digital Tools Marketing* (Pengenalan Peluang Digital). Setelah motivasi dan kesadaran peserta terbangun, pemateri melanjutkan alur solusi ke fase kedua yang berfokus pada digitalisasi pemasaran komoditas maritim. Pada sesi ini, tim pengabdian mendemonstrasikan secara interaktif cara kerja dan visualisasi dari etalase digital global melalui platform *e-commerce business-to-business*

(B2B) internasional, seperti Alibaba.com dan direktori khusus komoditas hidangan laut global SeafoodSource. Para pembudidaya rajungan diberikan edukasi terapan mengenai bagaimana cara para pembeli internasional (*buyer*) dari belahan bumi barat mencari pasokan komoditas perikanan premium melalui mesin pencarian internet. Melalui visualisasi tools digital ini, para peserta dibimbing untuk memahami langkah-langkah dasar mendaftarkan profil usaha UKM lokal mereka agar dapat terindeks dan memiliki visibilitas identitas digital (*online presence*) di pasar internasional. Urgensi penguasaan media pemasaran digital bagi sektor perikanan pedesaan ini sangat relevan dengan hasil kajian dari Schiffman dan Kanuk (2010) yang menegaskan bahwa pemanfaatan ekosistem *digital marketing* dan *marketplace* global merupakan strategi paling radikal dan efektif bagi pelaku UMKM perikanan untuk memotong jalur distribusi perantara tradisional yang eksploitatif.

Fase Tersier (Ketiga) Pelatihan Prosedur dan Simulasi Ekspor *Direct* (Tata Niaga Prosedural). Fase terakhir dari sesi inti ini diisi dengan bedah administratif dan simulasi alur dokumen legalitas perdagangan internasional secara verbal dan visual. Langkah ini dirancang secara khusus untuk mengikis ketakutan psikologis masyarakat desa terhadap rumitnya birokrasi pabean dan karantina antarnegara. Tim pengabdian menyajikan penjelasan detail mengenai fungsi sistem klasifikasi kode barang internasional atau *Harmonized System Code (HS Code)* untuk produk rajungan olahan, segar, maupun beku. Selanjutnya, audiens diajarkan alur prosedural penerbitan dokumen wajib ekspor produk perikanan yang sesuai dengan regulasi karantina ketat di pintu masuk Uni Eropa (European Commission, 2023). Dokumen-dokumen esensial yang dibedah meliputi tata cara pengurusan *Health Certificate (HC)* mutu sanitasi ke pihak BKIPM Banten (BKIPM, 2024), serta mekanisme pengajuan dokumen *Certificate of Origin* atau Surat Keterangan Asal (SKA) melalui sistem ekspor kementerian terkait (RI 2024).

Sebagai pelengkap teknis, pemateri menyajikan demonstrasi penentuan harga jual ekspor menggunakan sistem istilah komersial internasional (*Incoterms*), dengan fokus utama pada skema FOB (*Free on Board*). Melalui simulasi ini, para pembudidaya lokal diberikan pemahaman logistik bahwa di bawah sistem FOB, mereka cukup bertanggung jawab mengantarkan kontainer rajungan beku mereka sampai ke atas kapal di pelabuhan pengiriman terdekat (seperti

Pelabuhan Tanjung Priok), sedangkan seluruh biaya pengapalan, asuransi, dan risiko logistik perjalanan menuju Eropa akan ditanggung sepenuhnya oleh pihak pembeli asing. Penjelasan tata niaga prosedural yang ringkas dan membumi ini terbukti mampu mengurai benang kusut pemikiran nelayan lokal, mematahkan dominasi jalur tengkulak transit via Semarang, serta membuka ruang bagi komunitas pesisir untuk mendirikan jalur logistik pengiriman mandiri langsung dari pintu desa (Wijaya 2023).

Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi terhadap efektivitas, ketercapaian target, serta keberhasilan keseluruhan dari pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Lempuyang, Kecamatan Tanara, dilakukan secara ketat, transparan, dan objektif. Tim pengabdian dari Universitas Pamulang tidak hanya mengandalkan kesan subjektif selama acara berlangsung, melainkan menggunakan instrumen pengumpulan data riil di lapangan untuk mengukur performa kegiatan. Kriteria utama yang menjadi tolok ukur dalam proses evaluasi komprehensif ini distrukturkan ke dalam tiga dimensi penilaian utama, yaitu kuantitas kehadiran fisik masyarakat sasaran, tingkat keaktifan forum diskusi interaktif, serta kedalaman pemahaman audiens (*capaian output keilmuan*) pasca-sosialisasi materi manajemen pemasaran internasional dilaksanakan (Perikanan 2024).

Berdasarkan hasil rekapitulasi data primer yang dihimpun melalui lembar daftar hadir fisik (absensi) oleh tim kesekretariatan di lapangan, indikator pertama mengenai kuantitas partisipasi masyarakat menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Tercatat total sebanyak 27 orang masyarakat Desa Lempuyang hadir secara riil dan mengikuti jalannya acara dari awal hingga akhir di dalam ruangan Balai Desa. Komposisi demografis dari 27 orang peserta ini merepresentasikan ekosistem maritim desa secara utuh dan inklusif, yang terdiri dari para pembudidaya rajungan tambak, nelayan tangkap pesisir tradisional, pelaku usaha mikro pengolahan produk turunan perikanan (seperti pengolahan kerupuk dan pengupasan daging rajungan), serta para pemuda karang taruna desa yang memiliki minat besar untuk merintis bisnis pemula (*start-up*) perikanan global. Kehadiran 27 orang peserta ini secara masif telah melampaui target estimasi awal yang ditetapkan oleh panitia, yaitu sebesar 20 orang peserta. Lonjakan kuantitas kehadiran ini

mencerminkan adanya ketertarikan yang sangat tinggi, sekaligus dahaga informasi yang luar biasa besar dari masyarakat pedesaan pesisir terhadap materi tata niaga ekspor mandiri yang dibawa oleh kalangan akademisi.

Indikator keberhasilan kedua diukur secara objektif melalui kedinamisan jalinan komunikasi dua arah selama forum pengabdian berlangsung. Sesi diskusi dan sharing bisnis yang dibuka pasca-pemaparan materi inti terbukti berjalan sangat hidup, interaktif, dan tidak bersifat monoton satu arah. Berdasarkan lembar catatan notulensi diskusi, antusiasme kritis masyarakat dibuktikan dengan adanya 6 orang perwakilan audiens yang secara proaktif, berani, dan lantang mengajukan pertanyaan mendalam serta berbagi keluhan kesah mengenai kondisi riil bisnis kelautan di lapangan. Proses interaksi dua arah yang dinamis ini secara garis besar membedah dua kluster topik utama yang sangat esensial bagi kelangsungan ekonomi desa, yaitu:

Pertanyaan Kluster Pertama (Dimensi Teknis Operasional Budidaya Rajungan). Pada kluster ini, perwakilan pembudidaya lokal berfokus menanyakan draf implementasi riil di lapangan setelah mereka mengetahui peluang ekspor. Pertanyaan yang muncul berkisar pada strategi taktis dalam menjaga stabilitas mutu dan standarisasi ukuran (*grading*) rajungan agar konsisten memenuhi kualifikasi ukuran ekspor Uni Eropa yang sangat ketat. Selain itu, audiens juga mengonsultasikan kendala penanganan hama penyakit pada tambak pesisir, serta tata cara mempertahankan tingkat kesegaran alami dari daging rajungan selama proses pengangkutan logistik pengiriman dari pintu desa menuju pelabuhan utama agar tidak mengalami depresiasi kualitas (pembusukan) sebelum tiba di kontainer pendingin.

Pertanyaan Kluster Kedua (Dimensi Kelembagaan dan Institusi Universitas Pamulang). Menariknya, ruang komunikasi tidak hanya terbatas pada aspek teknis manajemen pemasaran semata. Audiens masyarakat desa secara proaktif memperluas konteks pembicaraan dengan menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap keberadaan institusi Universitas Pamulang selaku pelaksana program PKM. Warga setempat menanyakan informasi detail mengenai program studi yang tersedia di PSDKU Kampus Kota Serang, prosedur administratif pendaftaran kuliah bagi putra-putri daerah asal Kecamatan Tanara, serta peluang jalinan kemitraan strategis lanjutan yang dapat diinisiasi oleh pihak kampus untuk membantu proses sertifikasi halal bagi UKM lokal

maupun fasilitasi pengujian mutu laboratorium komoditas di Desa Lempuyang pada masa mendatang.

Indikator keberhasilan ketiga dinilai dari aspek capaian *output* tingkat pemahaman audiens setelah mendapatkan paparan edukasi. Melalui metode penyampaian materi yang bersifat aplikatif, kaya akan visualisasi *tools* digital, serta menghindari penggunaan jargon-jargon akademis teoritis yang rumit, seluruh masyarakat yang hadir kini telah mampu mengetahui, memahami, dan memetakan dengan jelas terkait langkah-langkah prosedural serta teknis administratif untuk melakukan ekspor mandiri. Terjadi pergeseran paradigma berpikir (*mindset*) yang sangat fundamental, di mana masyarakat desa kini tidak lagi memandang aktivitas perdagangan internasional sebagai momok birokrasi yang menakutkan atau hal mustahil. Sebaliknya, mereka mulai memandangnya sebagai peluang bisnis nyata yang memiliki peta jalan (*road map*) jelas, yang sangat mungkin mereka eksekusi secara bergotongroyong melalui wadah kelembagaan koperasi desa di masa depan. Guna memberikan gambaran data pencapaian performa yang lebih komprehensif, terstruktur, scannable, dan mudah dipahami, tim pengabdian menyajikan rangkuman hasil perbandingan antara target capaian awal dengan hasil riil pelaksanaan di lapangan ke dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 1. Rangkuman Hasil Indikator Evaluasi Kegiatan PKM

No	Indikator Evaluasi Program	Target Capaian Awal	Hasil Riil Pelaksanaan di Lapangan	Keterangan Status Ketercapaian Program
1	Kuantitas Kehadiran Masyarakat Desa	20 Orang Peserta	27 Orang Masyarakat Hadir Riil	Sangat BerhasilMelampaui target sasaran kuantitas awal sebesar 135%.
2	Partisipasi Aktif Forum (Jumlah Penanya)	3 Orang Penanya	6 Orang Perwakilan Aktif Bertanya	Sangat SuksesInteraksi dua arah berjalan dinamis, interaktif, dan hidup.
3	Ruang Lingkup Materi Pertanyaan	Teknis Pemasaran Saja	Membahas Budidaya & Informasi UNPAM	Sangat responsif dan ketertarikan tinggi terhadap UNPAM.

No	Indikator Evaluasi Program	Target Capaian Awal	Hasil Riil Pelaksanaan di Lapangan	Keterangan Status Ketercapaian Program
4	Output Tingkat Pemahaman Audiens	Memahami Teori Digital	Audiens Mengetahui Detail Prosedur Mandiri	Tercapai PenuhTerjadi mindset tata laksana dari tradisional ke bisnis global.
5	Kepuasan Kemitraan Pemerintah Desa	Rencana Sosialisasi Satu Kali	Aparatur Meminta Pendampingan Kemitraan Lanjutan	Desa Sangat PositifMembangun reputasi dan citra merek yang kuat di wilayah Tanara.

Melalui data yang tersaji pada Tabel 1 di atas, terlihat jelas bahwa seluruh indikator evaluasi yang direncanakan sejak awal telah berhasil dipenuhi dengan status capaian yang sangat memuaskan. Keberhasilan ini tidak hanya berhenti pada tataran formalitas kuantitas angka di atas kertas, melainkan memberikan dampak kepuasan kemitraan yang mendalam dari pihak eksternal. Hal ini dibuktikan dengan adanya permintaan langsung dari aparaturnya Pemerintah Desa Lempuyang kepada tim pengabdian Universitas Pamulang untuk segera menyusun draf program pendampingan kemitraan lanjutan yang bersifat kontinu dan tematik, demi memastikan pemanfaatan teknologi *digital marketing* ini dapat diimplementasikan secara konsisten dan membawa dampak nyata pada pertumbuhan ekonomi jangka panjang bagi komunitas pembudidaya rajungan lokal Tanara.

Analisis Dampak Kegiatan

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diinisiasi oleh civitas akademika Universitas Pamulang ini memberikan implikasi dampak positif yang sangat masif, multidimensional, serta berkelanjutan, baik bagi struktur sosial-ekonomi masyarakat sasaran maupun bagi ekosistem internal universitas pelaksana. Jika dianalisis secara mendalam, intervensi keilmuan manajemen pemasaran ini tidak hanya bertindak sebagai stimulan temporer, melainkan pemicu perubahan struktural yang menyentuh berbagai lini kehidupan masyarakat pesisir. Bagi kedaulatan finansial masyarakat Desa Lempuyang, implikasi paling mendasar yang berhasil ditanamkan adalah terjadinya transformasi paradigma berpikir (*mindset*) perdagangan yang sangat radikal. Komunitas pembudidaya rajungan yang selama puluhan tahun menempatkan diri mereka secara pasif

sebagai buruh produsen di tingkat bawah yang pasrah menerima ketetapan harga rendah dari tengkulak kini mulai bertransformasi menjadi calon pelaku wirausaha internasional yang memiliki motivasi kuat untuk mengambil alih kendali atas rantai pasok mereka sendiri. Perubahan orientasi berpikir ini menjadi modal psikologis yang sangat mahal untuk memutus belenggu kemiskinan sistemik dan ketergantungan kronis pada jaringan distribusi eksploitatif pihak ketiga.

Dampak konkret berikutnya dari program pemberdayaan ini adalah terciptanya draf peta jalan (*road map*) kemandirian ekonomi desa yang berbasis pada kekuatan hukum kelembagaan lokal. Penguasaan pengetahuan baru mengenai alur pengurusan dokumen legalitas ekspor secara mandiri, seperti tata cara perolehan *Health Certificate* dari BKIPM Banten serta pengajuan Surat Keterangan Asal (SKA) ke Dinas Perdagangan, memberikan landasan praktis bagi masyarakat untuk segera mengonsolidasikan diri. Pengetahuan administratif ini mendorong munculnya urgensi kolektif untuk mendirikan wadah Koperasi Nelayan Eksportir Mandiri berbasis digital di tingkat desa. Melalui wadah kelembagaan formal ini, para pembudidaya memiliki legalitas hukum yang kuat untuk mengumpulkan volume panen harian dalam skala besar, mengelola akun perdagangan digital secara institusional, serta bertindak sebagai eksportir direct atas nama desa. Skema ini secara otomatis akan memotong mata rantai tengkulak transit yang berpusat di Kota Semarang, sehingga margin keuntungan riil dari hasil perdagangan ekspor rajungan premium ke pasar Eropa akan seratus persen kembali berputar di dalam kas ekonomi desa guna menyejahterakan keluarga para pembudidaya lokal.

Di sisi lain, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini juga membawa implikasi dampak yang tidak kalah strategis bagi eksistensi akademis dan citra kelembagaan Universitas Pamulang, khususnya bagi PSDKU Kampus Kota Serang. Keberhasilan tim pengabdian dalam membedah dan menghadirkan solusi ilmiah yang aplikatif terhadap masalah riil yang dihadapi nelayan pesisir terbukti secara efektif mendongkrak tingkat kepercayaan publik (*public trust*) terhadap institusi perguruan tinggi. Universitas Pamulang tidak lagi dipandang oleh masyarakat pedesaan sebagai menara gading yang eksklusif dan hanya berkutat pada deretan teori tekstual di bangku perkuliahan, melainkan diakui secara nyata sebagai lembaga pendidikan tinggi yang inklusif, solutif, merakyat, serta berkomitmen penuh melahirkan lulusan yang

mampu menjadi motor penggerak transformasi ekonomi daerah. Sinergi sosial yang terbangun secara positif dengan perangkat aparatur Pemerintah Desa Lempuyang dan Kecamatan Tanara ini memperkuat posisi tawar universitas dalam mempererat jalinan kemitraan sektoral yang berkelanjutan di wilayah Banten.

Dampak positif ini secara linier membuka peluang rekrutmen mahasiswa baru yang sangat potensial bagi keberlangsungan institusi. Antusiasme tinggi yang ditunjukkan oleh para orang tua dari kalangan pembudidaya serta para pemuda karang taruna desa saat menanyakan detail prosedur perkuliahan di Universitas Pamulang menjadi sinyal sosiologis yang sangat positif. Kegiatan PKM ini secara tidak langsung berfungsi sebagai sarana sosialisasi dan promosi kampus yang sangat elegan dan berbasis luaran konkret. Munculnya keinginan kuat dari warga pesisir untuk menguliahkan putra-putri daerah mereka di program studi manajemen Universitas Pamulang mencerminkan adanya harapan baru untuk mencetak generasi muda Tanara yang berpendidikan tinggi, melek teknologi informasi, serta memiliki kompetensi manajemen modern yang nantinya diharapkan dapat kembali pulang untuk mengelola dan mengoptimalkan potensi maritim serta kekayaan laut yang melimpah di daerah asal mereka sendiri.

Pembahasan Hasil

Keberhasilan luar biasa dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Lempuyang, Kecamatan Tanara ini memberikan kontribusi empiris yang sangat penting dalam memperkuat khazanah teori ilmu manajemen pemasaran modern. Secara ilmiah, fenomena yang terjadi di lapangan membuktikan sebuah tesis fundamental bahwa kelemahan ekonomi dan keterpurukan finansial yang dialami oleh para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) di wilayah pedesaan Indonesia sering kali bukan bersumber dari ketidakmampuan mereka dalam memproduksi atau rendahnya mutu produk fisik yang dihasilkan. Masalah utama yang menjadi akar kemiskinan struktural tersebut justru berakar pada adanya jurang pemisah informasi (*information asymmetry*) yang sangat lebar serta ketertinggalan penguasaan teknologi digital marketing dalam memetakan akses pasar global. Komoditas rajungan lokal yang diproduksi oleh masyarakat Desa Lempuyang secara karakteristik fisik memiliki kualitas yang sangat premium, bertekstur padat, serta bercita rasa khas yang sangat diminati oleh pasar hidangan

laut Uni Eropa. Namun, seluruh nilai tawar ekonomi tersebut terdepresiasi secara drastis di tingkat lokal karena komoditas tersebut dijual dalam bentuk bahan mentah curah tanpa adanya identitas merek (*unbranded*) melalui jalur distribusi konvensional yang bersifat monopolistik. Seluruh aktivitas operasional, dinamika forum, dan antusiasme interaksi interdisipliner selama jalannya program pemberdayaan ekonomi pesisir ini terekam secara dokumentatif pada visualisasi Gambar 1 dan Gambar 2 di bawah ini:



Gambar 1. Pelaksanaan Sesi Materi Edukasi Ekspor Mandiri dan Digital Marketing di Balai Desa Lempuyang



Gambar 2. Sesi Dokumentasi Bersama Tim Pengabdian Universitas Pamulang dengan Aparatur Desa dan Para Pembudidaya Rajungan

SIMPULAN

Program PKM edukasi ekspor mandiri dan *digital marketing* di Desa Lempuyang berjalan sangat efektif. Hal ini dibuktikan secara kuantitatif oleh kehadiran riil 27 orang peserta (melampaui target awal

sebesar 135%) serta partisipasi aktif 6 orang perwakilan masyarakat dalam diskusi dua arah mengenai teknis budidaya rajungan dan informasi akademik Universitas Pamulang. Target transfer keilmuan pemasaran global tercapai penuh; audiens kini memahami alur prosedural serta dokumen administratif ekspor mandiri (fungsi *HS Code*, sertifikasi BKIPM, dokumen SKA, dan skema harga *Incoterms* FOB). Hal ini berhasil mengikis ketakutan psikologis mitra terhadap birokrasi perdagangan internasional dan memutus ketergantungan pada tengkulak. Selain itu, kegiatan ini sukses mengaktualisasikan program MBKM, memosisikan mahasiswa sebagai *agent of change*, serta menguatkan *brand image* Universitas Pamulang sebagai institusi yang solutif bagi ekonomi masyarakat

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas selesainya artikel ilmiah program PKM ini. Apresiasi dan ucapan terima kasih secara struktural ditujukan kepada Bapak Dr. Pranoto, S.E., M.M. (Yayasan Sasmita Jaya Group), Bapak Dr. E. Nurzaman, A.M., M.M., M.Si. (Rektor UNPAM), Bapak Dr. Susanto, S.H., M.M. (Ketua LPPM UNPAM), Bapak Dr. Imam Sofi'i, S.Ag., M.Pd. (Direktur UNPAM Serang), dan Bapak Indar Riyanto, S.Kom., S.E., M.M. (Kaprosdi Manajemen PSDKU Serang) atas dukungan fasilitas dan bimbingan administratifnya. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu Amalia Fatia, S.Akun., M.M., selaku Dosen Pendamping atas koreksi dan arahannya. Terakhir, terima kasih mendalam disampaikan kepada Bapak Kepala Desa Lempuyang beserta perangkat desa, serta seluruh kelompok pembudidaya rajungan dan pelaku UKM mitra atas sambutan hangat, fasilitas, dan partisipasi proaktifnya selama kegiatan ini berlangsung.

REFERENSI

- Afrilia, A M. 2018. "Personal Branding Remaja di Era Digital." *Jurnal Communication* 11(1): 20–30.
- Anharudin, dan D Miranty. 2024. "Membangun Personal Branding dan Pengenalan LinkedIn sebagai Platform Jaringan Profesional Pada Siswa-Siswi SMAN 3 Kota Cilegon." *Jurnal SENAMA* 1(1): 85.

- Badan Karantina Ikan, Pengendalian Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan (BKIPM). 2024. "Prosedur Sertifikasi Kesehatan Ikan untuk Ekspor." <https://kkp.go.id/bppmphkp>.
- Commission, European. 2023. "EU Import Requirements for Fishery and Aquaculture Products." <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets>.
- Group, Alibaba. 2024. How to Export Seafood Products to Europe via Alibaba B2B Platform. Hangzhou: Alibaba.
- Keller, K L. 2013. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. 4th ed. Pearson Education.
- Kotler, P, dan K L Keller. 2012. Marketing Management. 14th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- (LPEI), Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia. 2023. Panduan Ekspor untuk UMKM Indonesia. Jakarta: LPEI. <https://www.indonesiaeximbank.go.id>.
- McNally, D, dan K D Speak. 2002. Be Your Own Brand. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Perikanan, Kementerian Kelautan dan. 2024. Kelautan dan Perikanan dalam Angka Tahun 2024. Jakarta: KKP. https://perpustakaan.kkp.go.id/knowledgerepository/index.php?p=show_detail&id=10383.
- Rampersad, H K. 2008. Sukses Membangun Authentic Personal Branding. Jakarta: PPM.
- RI, Kementerian Perdagangan. 2024. "Petunjuk Teknis Penggunaan Sistem Indonesia Eximnet." <https://ditjendaglu.kemendag.go.id>.
- Schiffman, L G, dan L L Kanuk. 2010. Consumer Behavior. 10th ed. Global Edition: Pearson Higher Education.
- Susilowati, I, dan D Handayani. 2022. "Strategi Pemasaran Digital UMKM Perikanan di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 16(2): 45–58.
- Wijaya, A. 2023. "Analisis Rantai Nilai Ekspor Rajungan Indonesia ke Pasar Eropa." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 20(1): 112–30.