

# PENGUATAN KAPASITAS NELAYAN DALAM PENGOLAHAN DAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK CENCALUK SEBAGAI MAKANAN TRADISIONAL KHAS BENGKALIS

Finanta Okmayura<sup>1\*</sup>, Khusnul Fikri<sup>2</sup>, Brian Agung Cahyo P<sup>3</sup>,  
Raudhah Awal<sup>4</sup>, Raja Widya Novchi<sup>5</sup>, Adilah Salsabila<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sistem Informasi, FMIPA Universitas Riau

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Mesin, FMIPA Universitas Riau

<sup>4</sup>Program Studi Pendidikan Biologi, FKIP Universitas Lancang Kuning

<sup>5</sup>Program Studi Humas, FIKOM Universitas Muhammadiyah Riau

<sup>6</sup>Program Studi Magister Pendidikan Dasar, FKIP Universitas Riau

\*Email: [finanta.okmayura@lecturer.unri.ac.id](mailto:finanta.okmayura@lecturer.unri.ac.id)

## Article history

Received : 30/10/2025

Revised : 26/11/2025

Accepted : 27/11/2025

Published: 1/12/2025

## Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian Kelompok Nelayan Usaha Bersama Desa Kelapapati Laut, Bengkalis dalam pengolahan serta pemasaran produk cencaluk. Cencaluk merupakan makanan tradisional khas Bengkalis yang terbuat dari udang fermentasi dan telah diwariskan secara turun-temurun, sehingga memiliki nilai budaya sekaligus potensi ekonomi yang tinggi. Terdapat tiga fokus utama dalam kegiatan pengabdian ini. Pertama, pelatihan pemenuhan standar mutu dan kebersihan yang sesuai standar pengolahan pangan. Kedua, pendampingan penggunaan mesin pengaduk cencaluk, yang diberikan agar mitra mampu mengoperasikan teknologi tepat guna untuk mempercepat proses produksi. Ketiga, pelatihan strategi pemasaran melalui pemanfaatan media digital dan teknik branding agar daya saing produk meningkat di pasar lokal maupun luar daerah. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, praktik bersama, dan pendampingan berkelanjutan. Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mitra terkait standar mutu pangan, keterampilan dalam menggunakan mesin pengaduk, serta pemahaman strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, mitra telah mampu menerapkan praktik higienis, memanfaatkan peralatan yang diberikan, serta mulai mengembangkan jaringan pemasaran digital. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, kualitas, dan peluang pemasaran cencaluk sebagai produk khas daerah.

**Kata kunci:** Cencaluk, Standar Mutu, Strategi Pemasaran, Pemberdayaan, Kelapapati Laut

## PENDAHULUAN

Cencaluk merupakan makanan tradisional khas masyarakat Bengkalis yang terbuat dari udang rebon (*Acetes japonicus* atau *Acetes sibogaesibogae*) yang difermentasi. Cencaluk ini mengandung senyawa astaxanthin (Mauludia et al., 2021). Proses fermentasi merupakan perubahan kimia pada suatu substrat organik melalui aktivitas enzim yang dihasilkan oleh mikroorganisme (Alam et al., 2022). Fermentasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu fermentasi spontan, yaitu tidak ditambahkan mikroorganisme, sedangkan fermentasi tidak spontan ditambahkan starter atau ragi (Budianti, 2018). Sebagai produk warisan budaya turun-temurun, cencaluk tidak hanya memiliki nilai historis, tetapi juga menyimpan potensi ekonomi yang besar

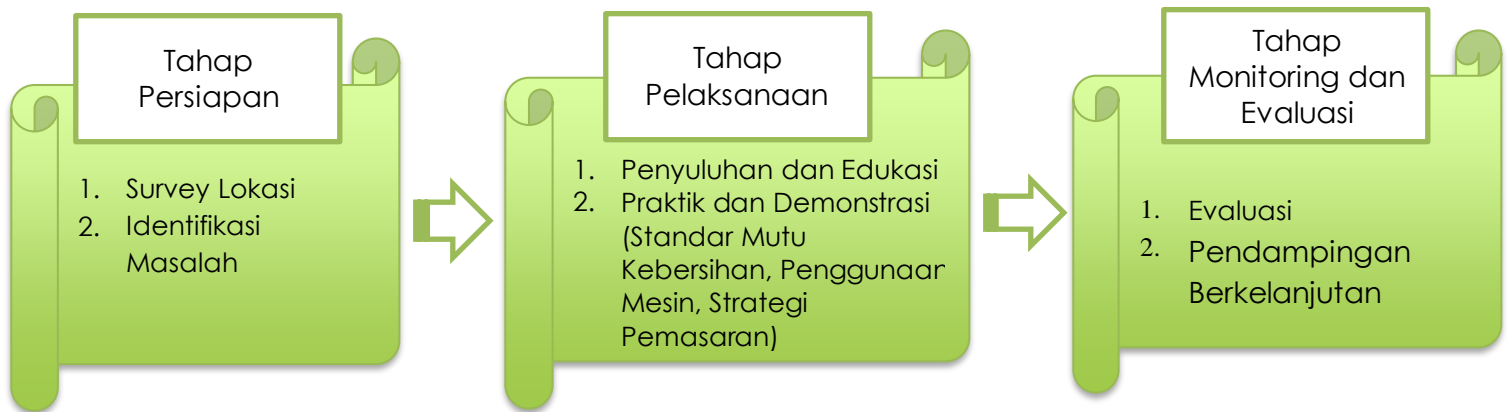
(Awal et al., 2022). Di tengah meningkatnya tren konsumsi produk lokal dan tradisional, cencaluk dapat dikembangkan menjadi komoditas unggulan yang berdaya saing tinggi. Namun, untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar yang semakin selektif, diperlukan upaya peningkatan kualitas produksi dan strategi pemasaran yang lebih modern.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Kelompok Nelayan Usaha Bersama Desa Kelapapati Laut adalah keterbatasan dalam memenuhi standar mutu pangan, keterampilan dalam mengoperasikan teknologi tepat guna, serta minimnya pengetahuan terkait pemasaran digital. Proses produksi yang masih manual menyebabkan keterbatasan kapasitas dan konsistensi kualitas. Sementara itu, strategi pemasaran yang masih konvensional membuat produk sulit menjangkau pasar yang lebih luas (Mualfah et al., 2023). UMKM sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif, terutama dalam era digital yang semakin berkembang (Ayu Firdayanti & Halimah, 2023). Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi melalui kegiatan pemberdayaan yang berfokus pada peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian mitra.

Pemasaran memegang peran penting dalam meningkatkan nilai jual produk lokal (Ari Kadi et al., 2021). Meskipun cencaluk memiliki cita rasa khas dan potensi pasar yang besar, tanpa strategi pemasaran yang tepat produk ini akan sulit dikenal luas. Melalui pemasaran yang efektif, terutama dengan dukungan media digital dan teknik branding, keunggulan cencaluk sebagai hasil olahan tradisional dapat ditonjolkan sehingga menarik minat konsumen tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di luar daerah (Alhikam Pratama, 2023). Hal ini pada akhirnya mampu meningkatkan daya saing sekaligus nilai jual cencaluk secara berkelanjutan (Okmayura et al., 2022). Selain itu, penggunaan content marketing sangat diperlukan oleh para pelaku usaha. Hal ini sudah dianggap sebagai kebutuhan utama bagi suatu perusahaan dalam era digital, karena content marketing dapat menjadi salah satu bentuk komunikasi dalam melakukan kegiatan pemasaran produk atau jasa yang sehingga dapat tersebar secara luas (Haikal Aziz Qhorni & Raditya Pratama Putra, 2023). Berdasarkan kondisi tersebut, Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pemenuhan standar mutu dan kebersihan dalam pengolahan cencaluk, mendampingi penggunaan mesin pengaduk sebagai teknologi tepat guna untuk meningkatkan efisiensi produksi, dan melatih strategi pemasaran digital serta teknik branding untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan pelaksanaan program ini, diharapkan kelompok mitra mampu menghasilkan cencaluk yang higienis, berkualitas, dan memiliki daya saing, sekaligus meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat nelayan.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif, di mana mitra dilibatkan secara aktif pada setiap tahap kegiatan. Terdapat metode pelaksanaan kegiatan ini yang dilihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metode Pengabdian

### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan kegiatan diawali dengan survey lokasi untuk memperoleh gambaran kondisi nyata mitra di Desa Kelapapati Laut. Survey dilakukan dengan mengamati langsung proses produksi cencaluk, fasilitas yang digunakan, serta pola pemasaran yang sudah berjalan. Setelah itu dilanjutkan dengan identifikasi masalah melalui wawancara dan diskusi bersama anggota kelompok nelayan. Dari kegiatan ini diperoleh informasi mengenai kendala utama yang dihadapi, seperti keterbatasan pengetahuan tentang standar mutu pangan, penggunaan teknologi produksi yang masih manual, serta pemasaran yang masih terbatas secara konvensional. Hasil tahap persiapan ini menjadi dasar dalam merancang bentuk kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan dimulai dengan penyuluhan dan edukasi yang bertujuan memberikan pemahaman dasar kepada mitra terkait pentingnya menjaga standar mutu pangan, kebersihan dalam proses produksi, serta peluang pemasaran digital. Kegiatan ini dilakukan melalui pemaparan materi, diskusi, dan sesi tanya jawab agar mitra memperoleh pengetahuan yang lebih komprehensif. Setelah itu dilanjutkan dengan praktik dan demonstrasi, di mana peserta secara langsung mempelajari penerapan standar kebersihan dalam pengolahan cencaluk, cara pengoperasian mesin pengaduk sebagai teknologi tepat guna, serta strategi pemasaran sederhana melalui desain label dan penggunaan media sosial. Dengan metode ini, mitra

tidak hanya memahami konsep secara teori, tetapi juga terampil dalam mempraktikkannya pada usaha mereka.

### **3. Tahap Monitoring dan evaluasi**

Kegiatan tidak berhenti pada penyuluhan dan praktik, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan intensif. Pendampingan ini mencakup monitoring kualitas produk, evaluasi penggunaan mesin pengaduk, serta bimbingan pemasaran digital dan branding. Dengan cara ini, mitra dapat menginternalisasi keterampilan baru dan mempraktikkannya secara konsisten dalam usaha mereka.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan adalah pendekatan edukatif-partisipatif. Pendekatan ini menekankan keterlibatan aktif siswa melalui kombinasi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik sederhana. Materi yang diberikan meliputi pengelolaan keuangan pribadi, pengenalan investasi saham bagi pemula, serta pemahaman mengenai risiko pinjaman online dan bahaya judi online. Selama kegiatan berlangsung, siswa diajak untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan, berlatih membuat rencana sederhana dalam penggunaan uang saku, serta memahami dampak negatif dari praktik keuangan yang merugikan.

Tahapan kegiatan dimulai dengan observasi awal yang dilakukan tim KKN untuk mengidentifikasi permasalahan keuangan yang dialami siswa. Setelah itu, tim menyusun modul singkat yang berisi pokok-pokok literasi keuangan yang relevan dengan kondisi mereka. Kegiatan inti dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan diskusi, yang kemudian dilanjutkan dengan simulasi sederhana mengenai pengelolaan tabungan dan perencanaan pengeluaran. Sebagai penutup, dilakukan evaluasi melalui tanya jawab serta kuis singkat guna mengetahui pemahaman siswa terhadap materi yang diberikan. Hasil dari kegiatan ini kemudian direfleksikan bersama guru pendamping untuk memastikan keberlanjutan program literasi keuangan di sekolah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini secara umum berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti setiap tahapan kegiatan, mulai dari penyuluhan, praktik, hingga pendampingan pemasaran. Dampak positif dari program terlihat melalui adanya perubahan pengetahuan, keterampilan, serta strategi usaha yang lebih terarah. Hasil kegiatan ini kemudian dapat dirinci ke dalam beberapa aspek, meliputi peningkatan pengetahuan dan kesadaran mitra, peningkatan keterampilan teknis, strategi pemasaran, serta dampak terhadap kemandirian kelompok.

## 1. Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Mitra

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan telah memberikan pemahaman yang lebih baik kepada mitra mengenai pentingnya penerapan standar mutu dan kebersihan dalam proses pengolahan cencaluk. Hal ini terlihat dari meningkatnya kesadaran mitra dalam menjaga kebersihan lingkungan produksi serta penerapan prosedur higienis selama proses fermentasi. Sebelumnya, proses pengolahan masih dilakukan dengan cara tradisional tanpa memperhatikan aspek higienitas, namun setelah kegiatan, mitra mulai menerapkan penggunaan wadah bersih, sarung tangan, dan prosedur sanitasi sederhana.



Gambar 2. Mesin Pengaduk Cencaluk



Gambar 3. Sosialisasi Penggunaan Mesin Pengaduk Cencaluk

## 2. Peningkatan Keterampilan Teknis

Melalui kegiatan praktik dan demonstrasi, mitra memperoleh pengalaman langsung dalam penggunaan mesin pengaduk cencaluk. Awalnya, sebagian besar anggota kelompok merasa kesulitan karena belum terbiasa dengan teknologi baru, tetapi dengan pendampingan berulang, mereka mampu mengoperasikan mesin dengan baik. Hasil pengadukan menggunakan mesin menunjukkan tekstur cencaluk yang lebih merata dan waktu produksi yang lebih singkat dibandingkan dengan metode manual. Hal ini memberikan dampak positif terhadap kapasitas produksi dan konsistensi kualitas produk.



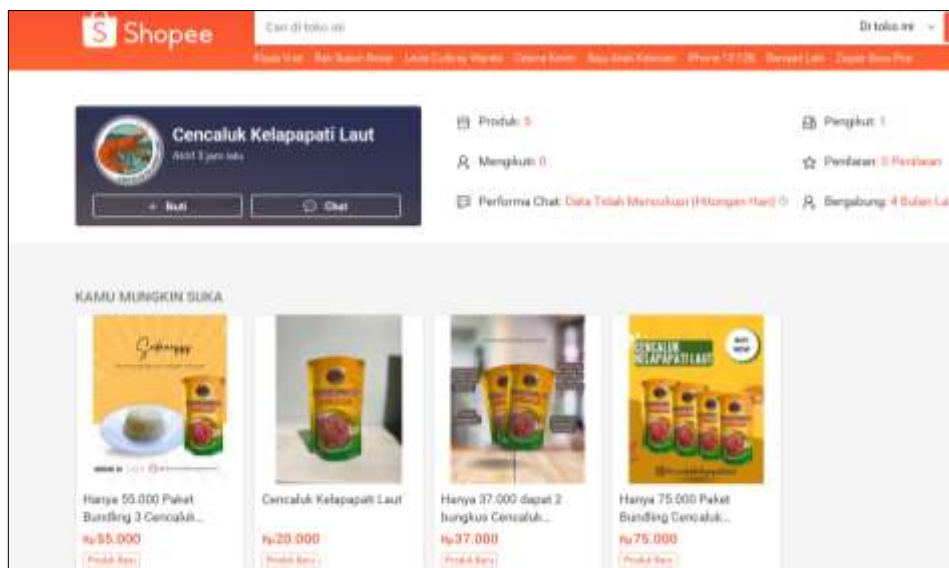
Gambar 4. Ibu Ibu rumah tangga kelompok nelayan bersama sedang membuat cencaluk menggunakan pakaian kerja yang lebih higienis



Gambar 5. Salah seorang kelompok nelayan sedang memvacum kemasan cencaluk yang baru

### 3. Peningkatan Strategi Pemasaran

Dalam aspek pemasaran, mitra dilatih untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Sebelum kegiatan, pemasaran hanya dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut atau penjualan langsung di sekitar desa. Setelah pendampingan, mitra mulai mengenal teknik branding sederhana, seperti desain label kemasan yang lebih menarik, serta penggunaan platform digital e-commerce, seperti shopee. Hasilnya, jangkauan pemasaran produk mulai meluas hingga ke luar daerah Bengkalis. Berikut adalah shopee cencaluk kelapapati laut.



Gambar 6. Shopee Cencaluk Kelapapati Laut

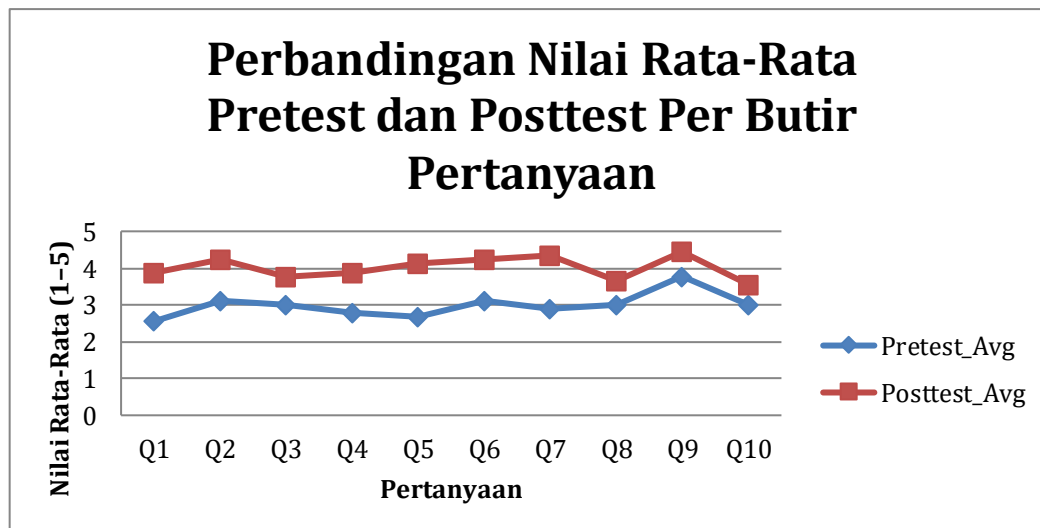
### 4. Dampak terhadap Kemandirian Mitra

Secara keseluruhan, program pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian kelompok nelayan. Mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam kegiatan usaha. Dengan penerapan standar higienis, pemanfaatan mesin pengaduk, serta strategi pemasaran digital, kelompok nelayan kini memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan daya saing produk cencaluk di pasar lokal maupun regional.

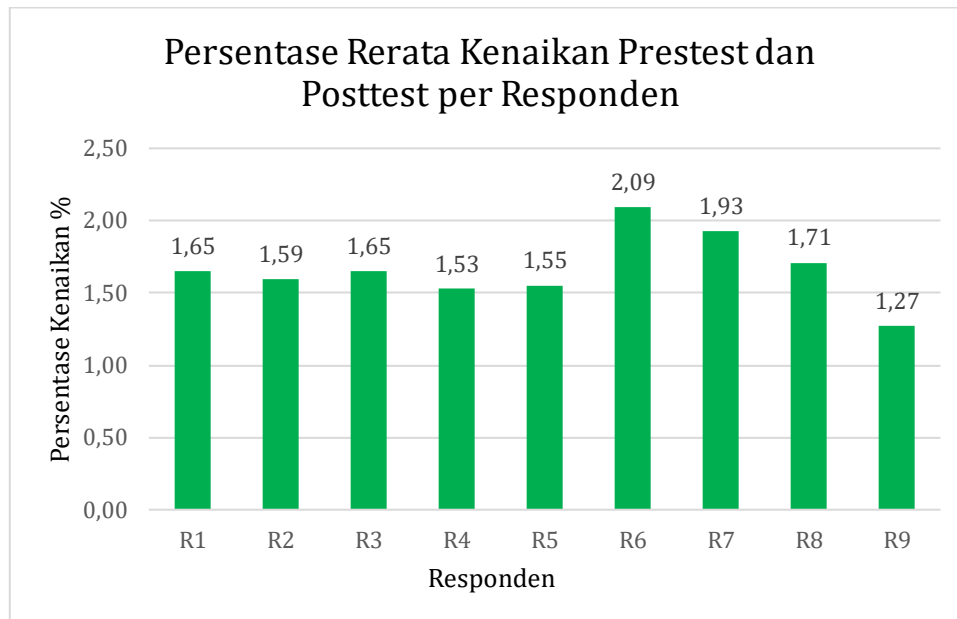


Gambar 7. Foto Bersama tim pengabdian dan kelompok nelayan usaha Bersama

Setelah pelatihan, hasil posttest menunjukkan peningkatan signifikan dengan nilai rata-rata berada pada rentang 3,6–4,4 yang terlihat pada gambar 7. Meskipun terdapat sedikit penurunan pada Q8 dan Q10, nilai posttest tetap lebih tinggi dibandingkan pretest, sehingga tetap menunjukkan adanya perkembangan positif. Secara keseluruhan, grafik ini memperlihatkan bahwa pelatihan memberikan efek pembelajaran yang kuat, tercermin dari peningkatan nilai di hampir semua butir pertanyaan. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan mudah dipahami, relevan, dan memberikan dampak peningkatan pengetahuan yang nyata bagi peserta.



Gambar 8. Perbandingan Nilai Rata-Rata Pretest dan Posttest Per Butir Pertanyaan



Gambar 9. Persentase Rerata Kenaikan Pretest dan Posttest per Responden

Grafik pada gambar 8. menunjukkan bahwa seluruh responden mengalami peningkatan nilai dari pretest ke posttest dengan persentase kenaikan berkisar antara 1,27% hingga 2,09%. Secara keseluruhan, hasil ini mengonfirmasi bahwa intervensi pembelajaran memberikan dampak positif dan terukur terhadap peningkatan pemahaman peserta.

## KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Kelompok Nelayan Usaha Bersama Desa Kelapapati Laut, Bengkalis telah memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas dan kemandirian mitra. Terdapat tiga capaian utama dari kegiatan ini. Pertama, meningkatnya pemahaman mitra mengenai standar mutu pangan dan kebersihan dalam pengolahan cencaluk. Kedua, bertambahnya keterampilan teknis mitra dalam mengoperasikan mesin pengaduk sehingga proses produksi menjadi lebih cepat, efisien, dan konsisten. Ketiga, berkembangnya strategi pemasaran dengan pemanfaatan media digital dan branding sederhana yang membuat jangkauan pemasaran produk semakin luas. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, kualitas, serta daya saing produk cencaluk sebagai salah satu kuliner khas daerah Bengkalis.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alam, N., Muhardi, Rahim, A., Hutomo, G. S., Kadir, S., Samuddin, S., Salingkat, C. A., Priyantono, E., Ponirin, & Suwiryono, D. G. (2022). Pengembangan Teknik Fermentasi Dalam Meningkatkan Mutu Biji Kakao (*Theobroma cacao* L). *Jurnal Agrotekbis*, 10(6).
- Alhikam Pratama, R. S. K. F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Pekanbaru. *Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 3.
- Ari Kadi, D. C., Fauzi, R. U. A., Riziq, K. A., Pamungkas, A., & Rossanto, S. A. R. (2021). Inovasi Strategi Pemasaran Sentra Industri Brem Madiun Dalam Menghadapi Persaingan di Masa Pandemi Covid 19. *Indonesia Berdaya*, 2(2). <https://doi.org/10.47679/ib.202161>
- Awal, R., Azhar, M., & Yohandri, Y. (2022). The Development of Science Learning Media Etno-Vlog Fermentation Cencaluk in Riau. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 8(1), 302–308. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v8i1.860>
- Ayu Firdayanti, & Halimah, H. (2023). DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM KLANTING DI DESA KARANG RAJA. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8). <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i8.4537>
- Budianti, A. (2018). Pengaruh Konsentrasi Ragi dan Lama Fermentasi Terhadap Sifat Kimia dan Organoleptik Tempe Kedelai Hitam (*Glycine Soja*). *World Development*, 1(1).
- Haikal Aziz Qhorni, & Raditya Pratama Putra. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Konten Tips dan Trik. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i2.8943>
- Mauludia, M., Usman, T., Rahmalia, W., Imam Prayitno, D., & Nani Nurbaeti, S. (2021). Ekstraksi, Karakterisasi dan Uji Aktivitas Antioksidan Astaxanthin dari Produk Fermentasi Udang (*Cincolok*). *Jurnal Kelautan Tropis*, 24(3), 311–322. <https://doi.org/10.14710/jkt.v24i3.10497>
- Mualfah, D., Malindo, Q., Gunawan, S., Zacki, M. S., & Novia5, S. O. (2023). Revolusi Digital Dalam Meningkatkan Sosial Branding Dan Pemasaran Kerajinan Rotan Untuk Kesejahteraan Umkm Di Kelurahan Meranti Pandak. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 7(2). <https://doi.org/10.37859/jpumri.v7i2.5763>
- Okmayura, F., Vitriani, Herlandy, P. B., Hayami, R., & Diansyah, R. (2022). Peningkatan Omzet Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Toko Online pada UMKM AI Baik Food Saat Pandemi Covid-19. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, Dan Sosial Humaniora* (e-ISSN: 2809-3917), 2(1). <https://doi.org/10.37859/abdimasekodiksosiora.v2i1.3522>