

Pemberdayaan Usaha Terasi Tradisional Melalui Optimalisasi Produksi dan Strategi Pemasaran Digital di Desa Beringin, Deli Serdang

Sriani^{1*}, Raja Nasrullah Fajrillah², Ouren Avellyola³, M Abiyyu Wadi⁴, Said Agil Lubs⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*email corresponding author: sriani@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This community service program aims to enhance teachers' competencies in utilizing technology to support deep learning in a public junior high school in Jember Regency. Deep learning requires students to think critically, creatively, and solve real-world problems; however, its implementation is often hindered by low digital literacy, limited technology and pedagogical skills, and inconsistent integration of digital tools in the classroom. The program was conducted on 14 and 18 October 2025 and involved 41 teachers. Data collection included observation, questionnaires, pre-tests, post-tests, and hands-on mentoring sessions. Pre-test results indicated an average score of 62.15, which increased to 84.63 in the post-test, demonstrating significant improvement in teachers' ability to integrate technology into instruction. The mentoring activities effectively strengthened teachers' digital literacy, pedagogical understanding, and practical skills in designing interactive and meaningful learning experiences. Overall, the program successfully supported teachers in adopting technology-enhanced deep learning aligned with the demands of 21st-century education.

Keywords: Deep learning; technology integration ; digital literacy

PENDAHULUAN

Pemanfaatan sumber daya alam secara optimal sesuai dengan karakteristik masing-masing daerah merupakan kunci penting dalam mendorong peningkatan produksi dan konsumsi pangan masyarakat (Hadi et al., 2025). Indonesia sebagai negara maritim dengan luas wilayah kurang lebih 3.544 juta km² atau 75% dari total luas wilayah Republik Indonesia (RI) dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia memiliki sumber daya laut yang melimpah. Inisiatif-inisiatif ini, pada gilirannya, dapat membantu meningkatkan kondisi ekonomi lokal (Budiman & Liong, 2023). Sebagai contoh, udang dapat diolah menjadi terasi. Terasi adalah produk fermentasi tradisional yang telah lama digunakan sebagai bumbu masak di Indonesia, serta memiliki nilai komersial yang signifikan dalam bisnis pengolahan hasil laut (Winarno, 2021).

Dalam hal penyerapan tenaga kerja dan pemberdayaan masyarakat pesisir, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengolah hasil laut secara tradisional memiliki peran strategis bagi perekonomian Indonesia (Vinatra et al., 2023). Sektor UMKM merupakan kontributor signifikan bagi perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 55,56% dari PDB negara dan mempekerjakan lebih dari 97,04% dari pekerja sektor swasta, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (Putri et al., 2023).

Desa Beringin, Kec Beringin, Kab Deli Serdang, Sumatera Utara, terdapat pelaku usaha terasi tradisional yang telah menjalankan usahanya secara turun temurun sejak tahun 2000. Usaha terasi di wilayah pesisir Sumatera Utara memiliki keunikan tersendiri karena memanfaatkan udang lokal jenis kecepe yang menghasilkan cita rasa khas. Akan tetapi, menurut penelitian Rahman dkk (Rahman & Burhan, 2023), sekitar 74% pelaku usaha terasi tradisional masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan akses pasar, pengelolaan bahan baku yang kurang efisien, serta minimnya standardisasi dalam proses produksi.

Ibu Eva, salah satu pelaku usaha terasi di daerah tersebut, mewarisi usaha ini dari orang tuanya dan telah menjalankannya selama lebih dari dua dekade dengan kapasitas produksi rata-rata 35 kilogram per periode. Usaha ini menunjukkan profitabilitas yang menarik dengan margin keuntungan mencapai 200%. Penelitian Sari dkk menunjukkan bahwa usaha terasi tradisional dengan profitabilitas tinggi namun terkendala akses pasar dan teknologi produksi memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui program pemberdayaan yang tepat sasaran (Sari & Purwantoro, 2025).

Urgensi pengembangan usaha terasi tradisional semakin tinggi seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk makanan tradisional dan organik. Permintaan bumbu tradisional Indonesia terus meningkat, namun UMKM masih menghadapi tantangan produksi dan pemasaran. Program pemberdayaan yang terintegrasi meliputi pelatihan, inovasi, digitalisasi, dan dukungan modal merupakan kunci untuk menjembatani ketimpangan dan memperkuat daya saing produk bumbu tradisional di pasar nasional maupun global (Dzakiya et al., 2021)

Berdasarkan studi pendahuluan, tantangan utama yang dihadapi dalam usaha terasi Ibu Eva mencakup ketergantungan pada pasokan bahan baku udang yang bersifat musiman sehingga ketersediaan dan harganya sering berfluktuasi, proses produksi yang masih dilakukan secara manual dengan peralatan tradisional sehingga efisiensi rendah dan kualitas produk belum terstandarisasi, keterbatasan akses pemasaran yang sebagian besar hanya mengandalkan pasar lokal tanpa dukungan digital marketing maupun inovasi kemasan, serta minimnya pelatihan dan pendampingan yang berdampak pada rendahnya inovasi dan diversifikasi produk. Temuan studi ini menunjukkan bahwa ketidakmampuan untuk memperkirakan harga bahan baku secara akurat adalah salah satu kelemahan utama dalam industri terasi. Situasi ini konsisten dengan penelitian Nurpratama dkk (Nurpratama & Yudianto, 2023), yang menjelaskan bahwa industri terasi bawang merah di Indramayu menghadapi tantangan yang serupa, terutama yang terkait dengan perubahan harga bahan baku yang tidak menentu dan masalah daya tahan produk.

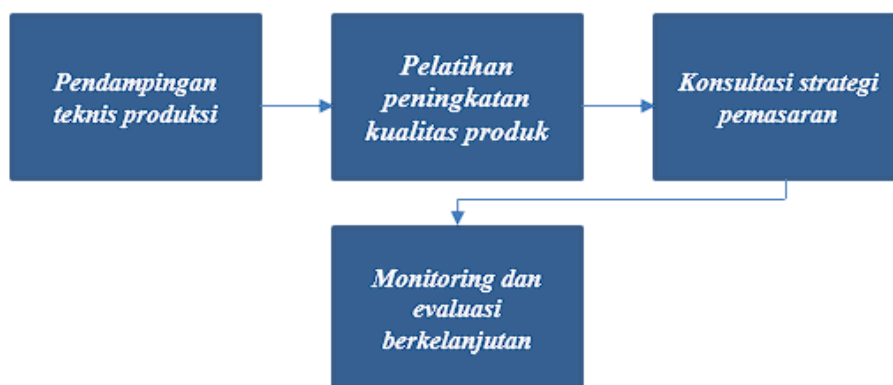
Alternatif solusi yang dapat diterapkan mencakup diversifikasi sumber bahan baku, standardisasi proses produksi, pengembangan strategi pemasaran digital, dan penguatan kapasitas manajemen usaha. Namun, berdasarkan analisis kondisi dan kapasitas pelaku usaha, solusi yang dipilih dalam program pengabdian ini adalah pendekatan pemberdayaan holistik yang mencakup optimalisasi manajemen bahan baku, peningkatan kualitas produksi melalui standardisasi proses, pengembangan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kemampuan pelaku usaha, dan penguatan kapasitas usaha melalui pelatihan manajemen sederhana.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan struktural dalam usaha terasi tradisional Ibu Eva, memberikan solusi praktis untuk optimalisasi proses produksi dan pemasaran digital, meningkatkan kualitas dan daya saing produk terasi, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif sesuai dengan kapasitas pelaku usaha, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan serta keberlanjutan usaha. Kegunaan program ini tidak hanya terbatas pada peningkatan kesejahteraan pelaku usaha, tetapi juga dapat menjadi model pemberdayaan UMKM serupa di wilayah pesisir lainnya, berkontribusi terhadap pelestarian produk tradisional Indonesia, dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan mitra secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Mitra dalam kegiatan ini adalah Usaha Terasi Ewa yang dikelola oleh Ibu Eva di Desa Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengacu pada prinsip keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, sebagaimana dijelaskan oleh (Judijanto et al., 2024), yang menekankan pentingnya pemahaman kondisi lapangan secara deskriptif sebagai dasar perumusan solusi.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian meliputi beberapa tahapan, yaitu:



Gambar 1. Pendekatan Program

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Tahapan kegiatan meliputi pendampingan teknis produksi, pelatihan peningkatan kualitas produk, dan konsultasi strategi pemasaran yang berfokus pada penguatan branding serta pemanfaatan pemasaran digital. Seluruh rangkaian kegiatan diakhiri dengan monitoring dan evaluasi berkelanjutan untuk menilai tingkat penerapan hasil kegiatan oleh mitra serta memastikan keberlanjutan program pengabdian, sejalan dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang menekankan pendampingan berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat (Harini et al., 2023).

Evaluasi kegiatan dilakukan berdasarkan tingkat partisipasi mitra, kemampuan mitra dalam menerapkan materi yang diberikan, serta perubahan yang terjadi pada kualitas produk dan aktivitas pemasaran. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk memastikan keberlanjutan kegiatan pengabdian dan pengembangan usaha mitra ke depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha terasi yang dijalankan oleh Ibu Eva merupakan usaha keluarga yang telah berjalan sejak tahun 2000 dan diwariskan secara turun-temurun. Usaha ini belum memiliki nama atau brand resmi, namun memiliki pelanggan tetap di pasar lokal. Kapasitas produksi rata-rata mencapai 35 kg per periode dan dapat meningkat hingga 70 kg saat musim lebaran. Dengan modal Rp100.000, usaha ini mampu menghasilkan keuntungan hingga Rp200.000 atau margin sebesar 200%, menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi meski masih dijalankan secara tradisional.

Tabel 1. Profil Usaha Terasi Ibu Eva
Data primer, diolah (2025)

No.	Aspek Usaha	Keterangan
1	Kapasitas Produksi	35 kg per periode (70 kg saat lebaran)
2	Sistem Pemasaran	Penjualan kios/warung, belum digital
3	Profitabilitas	Modal Rp 100.000, Laba Rp 200.000 (200%) dengan harga jual 1.000 per pcs
4	Konsumen	Pasar lokal dengan pelanggan tetap

Bahan baku utama berupa udang kecepe diperoleh melalui pencarian langsung di laut maupun pembelian dari nelayan dengan harga Rp4.000/kg. Namun, terdapat berbagai kendala yang dihadapi, seperti persaingan antar pelaku usaha dalam memperoleh udang, kondisi cuaca (ombak besar, musim hujan), serta fluktuasi harga bahan baku yang berpengaruh terhadap stabilitas usaha.

Proses produksi terasi Bu Eva dilakukan secara tradisional melalui tahapan seleksi bahan baku, penggaraman, penjemuran, penumbukan dengan lumpang, hingga pencetakan berbentuk bulat. Tahapan ini menjaga cita rasa khas terasi meskipun masih dilakukan secara manual.



Gambar 2. Proses Penumbukan Udang Menggunakan Lumpang

Penumbukan menggunakan lumpang bertujuan untuk mendapatkan tekstur halus dan merata. Proses ini memerlukan tenaga cukup besar dan waktu yang relatif lama, namun menjaga kualitas khas produk



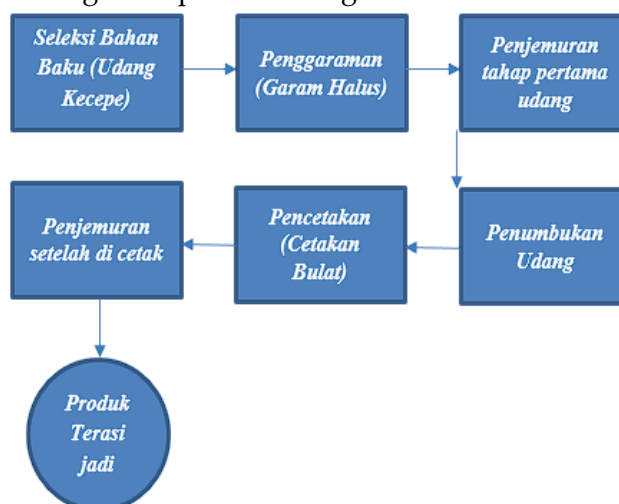
Gambar 3. Proses Pencetakan Terasi dengan Cetakan Bulat

Pencetakan berbentuk bulat dilakukan agar produk lebih rapi dan seragam ukurannya. Teknik sederhana ini memudahkan distribusi serta mempercantik tampilan produk, meskipun masih menggunakan alat tradisional



Gambar 4. Proses Pencetakan Terasi dengan Cetakan Bulat

Penjemuran dilakukan secara alami di bawah sinar matahari, dengan pengawasan agar terasi tidak terlalu kering. Tahap ini memengaruhi tekstur dan aroma khas terasi



Gambar 5. Diagram Alur Produksi

Analisis Pemasaran

Saat ini, pemasaran masih terbatas pada penjualan di kios/warung tradisional dan belum memanfaatkan platform digital. Puncak penjualan terjadi menjelang lebaran, namun keterbatasan akses pasar dan ketiadaan strategi branding menjadi kendala utama. Padahal, margin keuntungan yang tinggi serta cita rasa tradisional merupakan keunggulan kompetitif yang dapat dipromosikan secara lebih luas. Dengan demikian, pemberdayaan usaha ini perlu diarahkan pada strategi pemasaran digital melalui pembuatan merek, desain kemasan, promosi di media sosial, pembuatan spanduk di depan usaha

Tabel 2. Strategi Pemberdayaan Pemasaran Digital Usaha Terasi Bu Eva
Data primer, diolah (2025)

No.	Permasalahan Utama	Strategi Pemberdayaan
1	Tidak ada identitas usaha (brand)	Membuat nama dan logo produk
2	Kemasan masih sederhana	Mendesain kemasan baru yang menarik dan higienis
3	Promosi hanya mengandalkan penjualan lokal	Pemasangan spanduk di depan usaha
4	Belum memanfaatkan pemasaran online	Promosi melalui media sosial dan marketplace

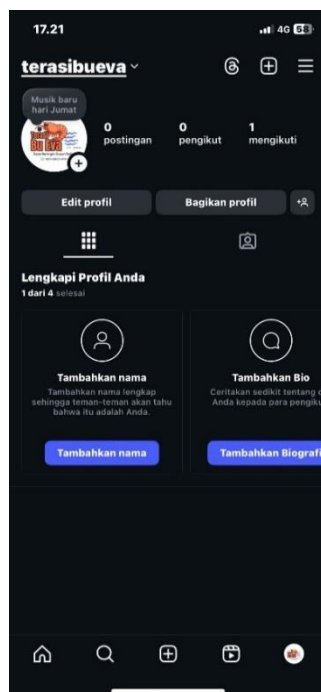
Dengan adanya langkah-langkah ini, usaha terasi Bu Eva mulai memiliki strategi branding dan pemasaran digital sederhana yang diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas target konsumen, serta memperkuat keberlanjutan usaha



Gambar 6. Logo Produk Terasi Ibu Eva



Gambar 7. Spanduk Produk Terasi Ibu Eva



Gambar 8. Pembuatan Instagram

KESIMPULAN

Pemberdayaan usaha terasi tradisional di Desa Beringin melalui optimalisasi produksi dan pemasaran digital berhasil meningkatkan kualitas produk, identitas usaha, dan akses pasar. Temuan ini mengonfirmasi bahwa digitalisasi dan inovasi sederhana efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM berbasis kearifan lokal. Rekomendasi kedepannya mencakup diversifikasi bahan baku, standarisasi produksi, memberikan pelatihan tentang branding dan pemasaran digital yang berkelanjutan, serta membina kolaborasi berbagai pemangku kepentingan untuk memperluas dampak dan keberlanjutan bisnis

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada Perangkat Desa Beringin, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang, yang sudah membantu kami dalam seluruh kegiatan KKN. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh tim KKN UINSU Desa Beringin atas peran aktifnya dalam pelaksanaan kegiatan, pendampingan usaha, dan penyusunan artikel ini. Dukungan dan kerjasama tim merupakan faktor penting dalam keberhasilan program pemberdayaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, S., & Liong, Y. (2023). Pemberdayaan masyarakat dalam mengatasi kemiskinan melalui penganekaragaman konsumsi pangan berbasis sumber daya lokal. *Khaliya Onomiyee: Jurnal Abdimas Nusantara*, 1(2), 60–73.
- Dzakiya, N., Lewoema, E. A. E. F. S., Fitriah, R. L., Mu'minin, Z. E. A., & Sinaga, R. M. (2021). Pembuatan Kebun Rempah “Seruputan” sebagai Upaya Pengembangan Kampung Mompreneur bagi Warga Binaan PKK Putat Wetan. *Indonesian Journal of Community Empowerment and Service (ICOMES)*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.33369/icom.es.v1i1.18296>
- Hadi, S., Soetriono, S., Subekti, S. S. S., & Aji, J. M. M. (2025). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir: Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa: Community Empowerment Assistance in Improving the Village Economy. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375.
- Judijanto, L., Wibowo, G. A., Karimuddin, K., Samsuddin, H., Patahuddin, A., Anggraeni, A. F., Raharjo, R., & Simorangkir, F. M. A. (2024). *Research design: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nurpratama, M., & Yudianto, A. (2023). Model Bisnis Plan Dan Daya Saing Umkm Melalui Strategi Pemasaran Produk Terasi Bawang Di Indramayu. *Jurnal Investasi*, 9(2), 91–100. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i2.278>
- Putri, F. T., Fauziyah, A., & Kanita, G. G. (2023). Pengaruh Pelatihan kewirausahaan dan Mentoring Bisnis Terhadap Perkembangan dan Kemajuan UMKM. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 469–479.
- Rahman, & Burhan, D. H. (2023). *Garam Epsom Sebagai Alternatif Bahan Baku Garam Mandi (Bath Salt)* (Cetakan I). Inara Publisher.
- Sari, B. B., & Purwantoro, A. N. A. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Ikan Salai Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Desa Kepenuhan Hulu. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(2 Maret), 1638–1645.
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran usaha mikro, kecil, dan

Sriani, et al.: *Pemberdayaan Usaha Terasi Tradisional Melalui Optimalisasi Produksi dan Strategi Pemasaran Digital di Desa Beringin, Deli Serdang*

menengah (UMKM) dalam kesejahteraan perekonomian negara dan masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–8.

Winarno, F. G. (2021). *Kearifan Lokal Petai, Keluak, Tempoyak, dan Terasi*. Gramedia Pustaka Utama.