

Pemberdayaan UKM Casamur Melalui Diversifikasi Produk Olahan Cabai Rawit dan Pemanfaatan Platform Digital untuk Peningkatan Pemasaran

Muh Arsyad*, Betrisandi, Nur Fitriyanti Bulotio, Asmuliani R, Opriyanto Umar

Universitas Pohuwato, Kota Gorontalo, Indonesia

*Corresponding Author: Arsyadmaner@gmail.com | ORCID: -

Article history

Received: 02/06/2026

Revised: 05/07/2026

Accepted: 02/08/2026

Available Online: 30/09/2026

Published: 30/09/2026

Abstract

The aim of this activity is to enable the partner to enhance the community's knowledge and skills through training on the diversification of processed food products and the use of digital platforms. The first stage involves raising awareness about the importance of diversifying bird's eye chili products and utilizing digital platforms for marketing. The second and third stages are training and application of technology, namely training in making cayenne pepper sauce and chili floss as well as training in using digital platforms. The fourth stage is mentoring. The fifth stage is program evaluation and sustainability. The results of this activity are that Casamur UKM Partners in Lomuli Village know and understand the importance of diversifying processed cayenne pepper products and the use of digital platforms and Casamur UKM Partners have new skills in making processed cayenne pepper products, namely chili floss and Fufu skipjack tuna sauce and are able to use digital platforms in marketing.

Keywords: Chili Floss; Chili Pepper; Marketing; Digital Platform; Fish Sauce

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah diharapkan Mitra mampu meningkatkan level pengetahuan dan keterampilan masyarakat melalui pelatihan diversifikasi produk pangan olahan dan pelatihan penggunaan platform digital. Tahapan pertama yaitu sosialisasi pentingnya diversifikasi olahan cabai rawit dan pemanfaatan Platform digital dalam pemasaran. Tahap kedua dan ketiga yaitu pelatihan dan penerapan teknologi yaitu pelatihan pembuatan sambal cabai rawit dan abon cabai serta pelatihan penggunaan platform digital. Tahap ke empat pendampingan. Tahapan kelima yaitu evaluasi dan keberlanjutan program. Hasil pada kegiatan ini yaitu Mitra UKM Casamur Desa Lomuli mengetahui dan memahami tentang pentingnya diversifikasi produk olahan cabai rawit dan penggunaan platform digital dan Mitra UKM casamur memiliki keterampilan baru dalam membuat produk olahan cabai rawit yaitu abon cabai dan sambel Ikan cakalang Fufu serta mampu menggunakan platform digital dalam pemasaran.

Kata kunci: Abon cabai; Cabai Rawit; Pemasaran; Platform Digital; Sambel Ikan

© 2026 The Authors.
Licensed under a
Creative Commons
Attribution-ShareAlike 4.0
International License



PENDAHULUAN

Kabupaten Pohuwato merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Provinsi Gorontalo dan memiliki potensi pertanian dan perkebunan yang besar. Tanaman hortikultura merupakan salah satu komoditi unggulan daerah ini (BPS, 2024). Salah satu komoditas pertanian hortikultura yang banyak di budidayakan adalah tanaman cabai, hal ini disebabkan karena tanaman cabai merupakan tanaman bernilai ekonomi tinggi, selain itu masyarakatnya memiliki kegemaran mengkonsumsi cabai setiap hari (Arsyad dan Habi, 2021). Salah satu kecamatan yang memiliki pertanaman cabai yang luas yaitu kecamatan lemito, khususnya desa lomuli, sebagian besar masyarakatnya hidup dengan mengandalkan sektor pertanian sebagai sektor andalan dan penghasilan utama warganya (Fauzi, 2023). Sebagian warganya mendirikan usaha maupun industri rumah tangga dengan mengandalkan lahan pertanian cabai rawit sebagai modal utama. Salah satu UKM yang terdapat di desa lomuli yaitu UKM Casamur.

UKM ini memiliki Jarak dengan Universitas Pohuwato sekitar 61 Km. UKM casamur merupakan UKM yang didirikan pada tahun 2022 dengan jumlah anggota sebanyak 10 orang, UKM ini belum banyak berkembang karena kurangnya pendampingan yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta sehingga sangat membutuhkan sentuhan teknologi dalam meningkatkan dan mengembangkan usaha yang mereka geluti. UKM ini diketuai oleh Abdul Kadir Yunus salah satu tokoh masyarakat yang terdapat di Desa Lomuli. Ukm ini memiliki luas lahan pertanaman cabai seluas 1.25 ha, sehingga sangat bisa dikembangkan menjadi salah satu usaha andalan. Ukm ini sudah memiliki produk olahan tersendiri, seperti otak otak ikan bandeng dan bandeng presto, namun diversifikasi produk olahan lain belum banyak dikembangkan sehingga masih sedikit produk yang mereka tawarkan, sehingga kurang menarik minat masyarakat untuk berbelanja di sana. Omset setiap bulan hanya berkisar 2 juta setiap bulan.

Permasalahan yang dihadapi oleh Ukm Casamur yaitu selain fluktuasi harga cabai yang menyebabkan inflasi, mereka juga kewalahan pada saat panen, tidak semua cabai bisa langsung dijual dalam bentuk mentah (Asir, et al., 2023), namun sebagian cabai laku terjual dalam waktu yang cukup lama (Asmuliani, et al., 2025). Sehingga banyak cabai rawit yang sudah tidak segar dan menyebabkan harga dan rendemen cabai menurun drastis (Chen Van, et al., 2017), belum lagi jika harga cabai mengalami penurunan harga bisa sampai menyentuh harga 15.000 rupiah ditingkat petani sehingga sangat merugikan (Timisela, et al., 2020) bagi UKM Casamur. Hal ini menyebabkan UKM Casamur sangat membutuhkan Diversifikasi produk olahan cabai rawit sehingga, cabai yang dihasilkan dapat diolah menjadi produk lain seperti abon cabai dan sambal cabai rawit yang memiliki nilai jual yang lebih baik dari menjual cabai rawit dalam bentuk yang mentah (Supriadi, et al., 2024). Kelebihan produk olahan seperti sambal cabai rawit karena produk ini sangat populer di masyarakat selain rasa pedasnya, juga meningkatkan selera masyarakat pada saat makan dan memiliki nilai gizi yang baik. Untuk abon cabai biasanya dipilih karena mampu bertahan lama (Rahmi dan Daud, 2025), dikala harga cabai naik, maka abon cabai bisa menjadi solusi bagi masyarakat, sehingga menjadi produk favorit untuk bisa dikembangkan. Selain itu dengan diversifikasi produk olahan cabai rawit mampu bertahan lama jika disimpan dan bisa menguntungkan.



Gambar 1. Lahan dan Usaha UKM Casamur

Permasalahan yang lain yang dihadapi oleh UKM casamur yaitu rendahnya pemasaran dan pendapatan yang diakibatkan oleh kurangnya sarana promosi dan kurang terkenalnya UKM Casamur sebagai Ukm yang menjual produk pertanian dan olahan hasil pertanian. Sarana promosi masih terbatas pada promosi mulut ke mulut sehingga dielukan inovasi untuk mempeluas jangkauan pemasaran dengan meggunakan platform digital. Banyak masyarakat kadangkala susah mencari tempat penjualan jika masih dalam bentuk UKM, sehingga diperlukan penentuan titik lokasi yang tepat untuk penjuln, selain itu berbagai bentuk platform digital yang bisa dilakukan yaitu pemasaran lewat tiktok dan facebook. Hampir semua masyarakat yang memiliki Handphone sudah memiliki platform tiktok dan facebook sehingga dengan memperkenalkan produk dengan cara ini mampu meningkatkan pendapatan (Csrini, et al., 2025). Sehingga diperlukan pendampingan khususnya penggunaan platform digital (Septi dan Ariescy, 2025) untuk mendukung UKM Casamur dalam melakukan promosi maupun penentuan lokasi yang tidak banyak di kenal oleh masyarakat. Masayarakat masih kurang mengetahui apa saja produk yang sudah dijual oleh UKM casamur.

Berdasarkan hal tersebut TIM Peremberdayaan Kemitraan Masyarakat terinspirasi untuk membantu program pemerintah Kabupaten Pohuwato yang tercantum dalam RPJMD daerah tahun 2021-2026 tentang pengembangan UMKM menjadi prioritas utama pemerintah daerah dalam meningkatkan sumber daya manusia, ekonomi produktif dan kesejahteraan masyarakat. Sehingga diperlukan langkah yang nyata dalam meningkatkan UKM Casamur dalam hal melakukan pendampingan dan pelatihan tentang diversifikasi produk pangan olahan dalam meningkatkan pendapatan dan sosialisasi serta pelatihan penggunaan flatform digital dalam meningkatkan daya saing produk yang dimiliki. Tujuan kegiatan Ini adalah diharapkan Mitra mampu meningkatkan level pengetahuan dan keterampilan masyarakat melalui pelatihan diversifikasi produk pangan olahan dan pelatihan penggunaan flatform digital.

Kegiatan pemberdayaan kemitraan masyarakat yang akan dilakukan bermitra dengan UKM Casamur yang ada Di Desa Lomuli Kecamatan Lemito Kabupaten Pohuwato. Berdasarkan hasil

observasi lapangan dan diskusi yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan UKM Casamur, maka terdapat permasalahan prioritas yang akan di selesaikan yaitu aspek produksi dan aspek pemasaran. Adapun permasalahannya sebagai berikut:

1. Cabai rawit yang dihasilkan oleh UKM Casamur dari lahan sendiri belum diolah menjadi produk pangan olahan, mereka hanya menjual dalam bentuk bahan mentah sehingga harganya tergantung harga pasar dan cepat rusak sehingga perlu dilakukan peningkatan aspek produksi seperti pelatihan diversifikasi produk olahan pangan cabai rawit dalam meningkatkan nilai jual dan produk dapat tahan lama.
2. UKM Casamur belum banyak di kenal, lokasi dan usahanya belum banyak di promosikan sehingga menjadi kendala tersendiri dalam memasarkan hasil produksi sehingga diperlukan penyelesaian aspek pemasaran melalui sosialisasi dan pelatihan dalam menggunakan platform digital untuk menentukan lokasi bisnis di google maps bisnisku untuk penentuan lokasi dan memasukan produk yang dijual bisa langsung dilihat dan diketahui oleh pembeli begitu juga dengan platform lain seperti tiktok dan facebook.

Pemberdayaan Masyarakat Pemula yang akan dilakukan bermitra dengan Kelompok PKK di Desa Manunggal Karya Kabupaten Pohuwato. Berdasarkan Hasil diskusi tim pengabdian dengan mitra, terdapat permasalahan prioritas yang akan diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan kelompok PKK dalam pembuatan Pupuk Alternatif seperti *Eco Enzyme* untuk peningkatan produktifitas tanaman.
2. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan kelompok PKK tentang Pembuatan abon cabai untuk mencegah inflasi

Dengan dilakukannya kegiatan ini maka diharapkan dapat meningkatkan pendapatan UKM Casamur sehingga dapat mensejahterahkan masyarakat sekitar selain itu program pemerintah dapat dijalankan. kurangnya pengetahuan dan keterampilan kelompok PKK tentang persyaratan rumah yang sehat, aman dan anti stunting. Adapun solusi permasalahan yang telah di sepakati oleh mitra dan tim pengabdian merupakan hasil analisis dari pemecahan permasalahan yang dihadapi oleh mitra sebagai berikut:

1. Melakukan sosialisasi dan penyuluhan tentang pentingnya diversifikasi produk pangan olahan dalam meningkatkan pendapatan UKM Casamur dan melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan produk pangan olahan abon cabai dan sabal cabai rawit dalam memperbanyak produk yang dijual.
2. Melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang cara pemasaran melalui platform digital sehingga produk yang dijual langsung dapat dilihat dan diketahui oleh pembeli baik lokasi maupun jenis produk yang dijual sehingga meningkatkan minat pembeli untuk berkunjung dan membeli produk dari UKM Casamur seperti tiktok dan facebook.

Fokus utama kegiatan ini yaitu menyelesaikan dan menjawab persoalan dan permasalahan utama yang sudah disepakati bersama Mitra Ukm Casamur tentang aspek produksi dengan melakukan diversifikasi produk pangan olahan dan menyelesaikan permasalahan aspek pemasaran melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan platform digital dalam meningkatkan pendapatan UKM Casamur. Tujuan nya adalah meningkatkan level keberdayaan kemitraan masyarakat dari aspek produksi dan aspek pemasaran melalui kegiatan sosialisasi dan, pelatihan dan pendampingan UKM Casamur Desa Lomuli Kecamatan Lemito. Luaran atau *Output* yang dihasilkan berdasarkan solusi dari permasalahan yang dihadapi dalam kegiatan ini adalah UKM Casamur mampu membuat produk pangan olahan hasil diversifikasi pangan berupa sambal cabai rawit dan abon cabai serta

mampu membuat digitalisasi lokasi usaha dan semua produk yang dihasilkan oleh UKM Casamur mampu di daftarkan pada Google Maps bisnisku yang meliputi profil, foto produk, jam buka usaha atau produksi dan lokasi yang akurat serta pembuatan akun tiktok dan facebook.

Tabel 1. *Permasalahan Solusi dan ketercapaian*

No	Permasalahan	Solusi	Indikator Ketercapaian
1.	Cabai rawit yang dihasilkan oleh UKM Casamur dari lahan sendiri belum diolah menjadi produk pangan olahan, mereka hanya menjual dalam bentuk bahan mentah sehingga harganya tergantung harga pasar dan cepat rusak sehingga perlu dilakukan peningkatan aspek produksi seperti pelatihan diversifikasi produk olahan pangan cabai rawit dalam meningkatkan nilai jual dan produk dapat tahan lama.	Melakukan sosialisasi dan penyuluhan tentang pentingnya diversifikasi produk pangan olahan seperti abon cabai dan sambal cabai rawit dalam meningkatkan pendapatan UKM Casamur dan melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan produk pangan olahan abon cabai dan sabal cabai rawit	– UKM Casamur bisa membuat diversifikasi produk pangan olahan seperti abon cabai dan sambal cabai rawit – Produk mitra menunjukkan peningkatan kualitas secara visual dan fungsional, (berdasarkan uji coba dan feedback pengguna) – Mitra dapat memproduksi ulang minimal 5 unit produk pasca pelatihan.
2.	UKM Casamur belum banyak di kenal, lokasi dan usahanya belum banyak di promosikan sehingga menjadi kendala tersendiri dalam memasarkan hasil produksi sehingga diperlukan penyelesaian aspek pemasaran melalui sosialisasi dan pelatihan dalam menggunakan platform digital untuk menentukan lokasi bisnis di google maps bisnisku untuk penentuan lokasi dan memasukan produk yang dijual bisa langsung dilihat dan diketahui oleh pembeli	Melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang cara pemasaran melalui platform digital sehingga produk yang dijual langsung dapat dilihat dan diketahui oleh pembeli baik lokasi maupun jenis produk yang dijual sehingga meningkatkan minat pembeli untuk berkunjung dan membeli produk dari UKM Casamur.	UKM Casamur bisa menggunakan platform digital dalam menentukan Lokasi yang tepat, mampu mendaftarkan produk yang dimiliki baik berupa foto profil, foto produk, dan jam operasional. dan bisa memanfaatkan ulasan pelanggan dan pembeli untuk memperbaiki dan mengoreksi produk yang dijual. 50% anggota UKM Casamur aktif menggunakan platform digital secara mandiri pascaprogram pelatihan baik penentuan lokasi pada googlemaps bisnisku maupun platform lain seperti tiktok dan facebook.

Adapun dampak (*outcomes*) yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. UKM Casamur memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam membuat produk pangan olahan baru seperti abon cabai dan sambal cabai rawit yang akan di pasarkan
2. UKM Casamur memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform digital dalam meningkatkan pendapatan dan memperluasjangkauan pemasaran.

Tujuan kegiatan Ini adalah diharapkan Mitra mampu meningkatkan level pengetahuan dan keterampilan masyarakat melalui pelatihan diversifikasi produk pangan olahan dan pelatihan penggunaan platform digital. Kegiatan ini sejalan dengan SDG'S tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung Jawab, dan pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta mendorong pemerintah khususnya desa lomuli menjadi desa yang maju mandiri dan berkelanjutan sesuai dengan Asta cita meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan,

mengembangkan industri kreatif, dan melanjutkan pengembangan infrastruktur dan melanjutkan hilirisasi dan industrialisasi untuk meningkatkan nilai tambah di dalam negeri. Kegiatan pemberdayaan kemitraan masyarakat ini mendukung kegiatan MBKM dengan melibatkan mahasiswa 2 orang dan diakui menjadi satuan kredit semester. Kegiatan ini sebagai penyelesaian salah satu bidang fokus pengabdian yang sesuai dengan RIRN yaitu Pangan. Indikator Kinerja Utama (IKU) dalam kegiatan ini meliputi IKU 5 tentang Hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat dan IKU 2 tentang mahasiswa mendapatkan pengalaman diluar kampus dan kegiatan mahasiswa dalam mengabdikan di masyarakat, terutama kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini merupakan hasil penelitian yang akan di terapkan dimasyarakat.

METODE

Rencana kegiatan yang dilakukan oleh tim Pengabdian Universitas Pohuwato dan UKM Casamur yang sudah disepakati bersama dapat dilihat pada tahapan kegiatan sebagai berikut:

Tahap ke -1 : Sosialisasi

Pada tahapan sosialisasi ini dilakukan dengan membagi kegiatan menjadi dua sesi, yaitu kegiatan pertama tentang pentingnya melakukan diversifikasi produk pangan olahan dari cabai rawit untuk memperbanyak menu produk yang akan dimiliki dan dijual oleh UKM Casamur. Adapun menu produk untuk diversifikasi nya adalah sambal cabai rawit dan abon cabai, kedua produk ini dipilih karena selain minat masyarakat dalam mengkonsumsi produk olahan cabai tinggi, produk yang ditawarkan juga memiliki nilai gizi dan masa simpan yang lama, maka sangat cocok untuk dijadikan produk baru untuk UKM Casamur. Untuk Kegiatan kedua yaitu Sosialisasi tentang pentingnya penggunaan platform digital dalam mendukung kegiatan UKM Casamur khususnya mempromosikan dan meningkatkan pemasaran. Kegiatan sosialisasi disini akan diberikan manfaat dan kegunaan menggunakan platform digital. Tujuan penggunaan platform digital diharapkan nantinya mampu menjangkau pemasaran yang lebih luas sehingga pendapatan dapat meningkat.

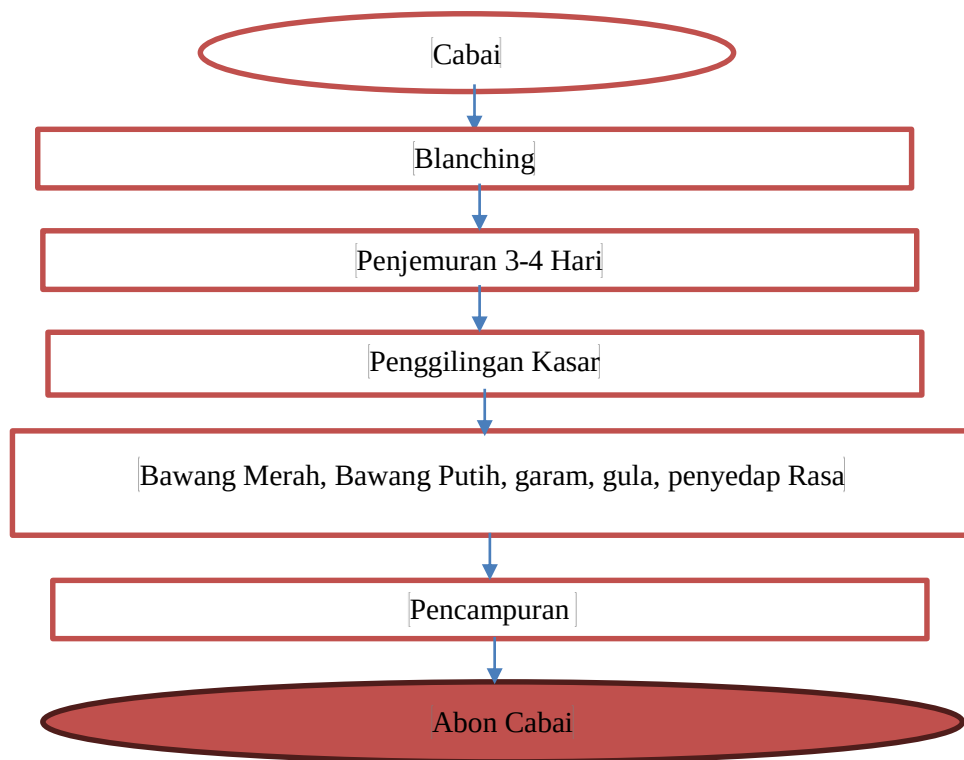
Tahap ke -2 : Pelatihan

Kegiatan pelatihan yang akan dilakukan kali terdiri dari dua pelatihan, yaitu Pelatihan pertama pembuatan abon cabai dan sambal cabai rawit. Cabai rawit yang dihasilkan akan di olah menjadi abon, sehingga masyarakat bisa langsung menggunakan produk ini tanpa repot lagi dalam pengolahan, ini dilakukan dengan mengeringkan cabai rawit terlebih dahulu sebelum pengolahan sehingga bertahan lama. Untuk pelatihan produk sambal cabai rawit bisa langsung dilakukan dengan memanfaatkan cabai rawit dari lahan perkebunan milik UKM Casamur. Pada pelatihan kedua yaitu pelatihan kepada UKM Casamur tentang penggunaan platform digital, dimana anggota UKM Casamur langsung didampingi dalam melakukan pendaftaran pada google maps bisnisku untuk mendaftarkan produk yang mereka miliki. Dilakukan pelatihan dalam pembuatan profil, foto produk sampai penentuan lokasi maps yang tepat sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu akan dibuatkan akun tiktok dan facebook dalam peningkatan metode pemasaran digital.

Tahap ke -3 : Penerapan Teknologi

Abon Cabai

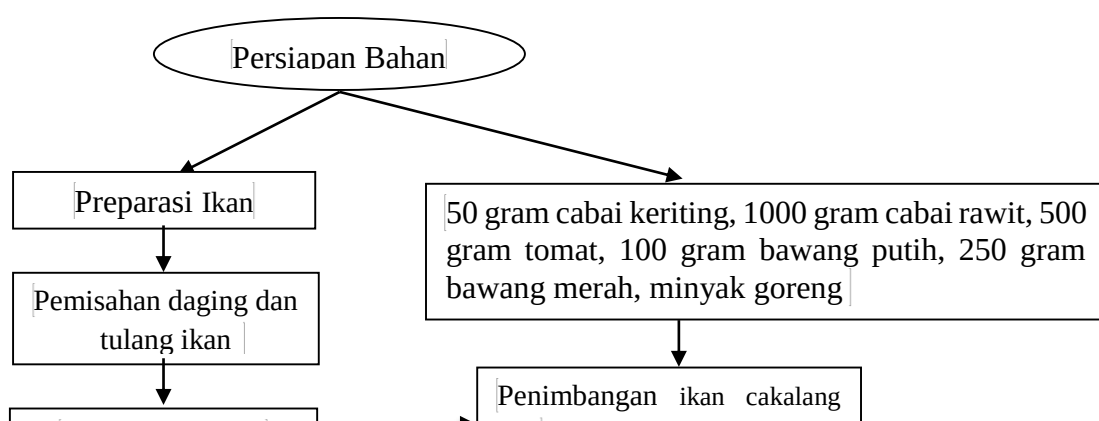
Untuk pelatihan pembuatan Abon Cabai, yaitu Cabai giling kering (menggunakan blender dan grinder) yang terlebih dahulu cabai di keringkan selama 3-4 hari sampai betul betul kering setelah itu dicampur dengan bumbu lainnya, yaitu bawang merah, garam, gula, dan minyak makan. Dapat ditambahkan berbagai bahan lainnya untuk menghasilkan produk yang khas dan rasa yang variatif, seperti teri, ebi. Setelah dilakukan pencampuran kemudian dilakukan pengemasan pada toples atau plastik kemas. Keunggulan: umur simpan panjang (6 bulan), praktis, mudah dibawa dan disimpan, nilai jual tinggi dan sesuai dengan selera masyarakat masa kini.



Gambar 2. Pembuatan Abon Cabai

Sambal Cabai Rawit

Untuk pelatihan pembuatan sambal cabai rawit yaitu menggunakan cabai rawit dan cabe keriting untuk meningkatkan kenampakan warna yang lebih cerah. Selain itu juga menggunakan bawang merah dan bawang putih dalam proses pengolahannya. Dalam meningkatkan nilai gizi dan cita rasa khasnya, maka sambal ini ditambahkan ikan cakalang fufu sebagai penciri khasa produk ini. Ikan akan memberikan rasa tersendiri dan meningkatkan protein pada sambal cabai rawit (Rinto, et al., 2021). Setelah dilakukan pencampuran bumbu lainnya, sambal cabai rawit ini di goreng diatas api sedang, sambil diaduk secara terus menerus, jika sambal dirasa sudah matang, baru dilakukan pencampuran ikan cakalang asap kedalam produk sampai benar benar matang. Sambal yang sudah jadi kemudian di kemas dalam gelas jar untuk dapat disimpan lebih lama dan kemasan yang cantik.



Gambar 3. *Pembuatan Sambal Cabai Rawit.***Platform Digital**

Untuk kegiatan pelatihan pemanfaatan platform digital yaitu dengan mengikuti tahapan penerapan teknologi sebagai berikut :

1. Menentukan lokasi yang tepat dengan cara Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps. Setiap usaha didaftarkan pada Google Maps/Google Bisnisku dengan melengkapi informasi profil, foto produk, jam operasional, dan lokasi GPS yang akurat. Metode ini mengacu pada langkah teknis yang disampaikan oleh (Ramadhany, et al., 2025) terkait optimasi pemasaran digital berbasis Lokasi.
2. Pelatihan Penggunaan Platform Digital. Pelaku UKM diberikan pelatihan singkat mengenai cara memperbarui informasi di Google Maps, mengunggah foto produk, serta memanfaatkan ulasan pelanggan untuk meningkatkan reputasi usaha.
3. Pelatihan platform digital juga dilakukan untuk media sosial yang lain yaitu tiktok dan facebook, karena media social ini lebih tren dan lebih banyak pengguna khususnya di Kabupaten Pohuwato.
4. Pembuatan Media Promosi Visual. Tim pengabdian merancang dan mencetak banner sesuai identitas visual masing-masing produk ukm. Desain memperhatikan unsur warna, tipografi, dan pesan pemasaran yang jelas, sesuai prinsip branding yang diuraikan oleh (Dany, et al. 2025).

Tahap ke -4 : Pendampingan

Adapun kegiatan pendampingan yang akan dilakukan oleh tim pengabdian yaitu melakukan pendampingan pembuatan produk sambal cabai rawit dan abon cabai. UKM Casamur akan didampingi sampai betul mahir dan ahli dalam membuat produk tersebut. Selain itu dilakukan pendampingan dalam menggunakan platform digital, mengecek jumlah pengunjung dan berbagai ulasan dari pelanggan.

Tahap ke -5 : Monitoring dan Evaluasi

Untuk sistem evaluasi yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengukur sejauh mana pengaruh pelatihan yang sudah diberikan, sejauh mana memahami pelatihan dan materi. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan evaluasi dalam mengukur kompetensi awal dan kompetensi akhir dari suatu pelatihan atau lebih dikenal dengan nama *Pre Test* dan *Post Test*. Dimana *Pre Test* diberikan kuisioner tentang sejauh mana kemampuan dimiliki sebelum dilakukan pelatihan, dan *Post Test* diberikan kuisioner tentang sejauh mana kemampuan yang dimiliki setelah dilakukan pelatihan. Cara pelaksanaannya dilakukan dengan membagikan kuisioner kepada anggota UKM sebelum dilakukan pelatihan. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, kuisioner kembali dibagikan untuk mengukur tingkat peningkatan pengetahuan dan keterampilan. Untuk pengukuran dan pengolahan data dilakukan dengan cara metode tabulasi di excel secara sederhana.

Keberlanjutan Program

Intisari dari program ini adalah peningkatan pengetahuan dan kemampuan UKM Casamur dalam meningkatkan dan menghasilkan produk dengan mutu dan kualitas yang baik sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Dengan adanya produk ini diharapkan mampu membantu pemerintah mengurangi inflasi. Pengetahuan yang diberikan melalui pelatihan dan pendampingan akan tetap dilakukan Adapun pelatihan dan pendampingan pembuatan produk dan penggunaan platform digital dapat menjadi Pilot Project proyek yang lebih luas bagi UKM yang ada di Kabupaten Pohuwato, Selain itu harapannya UKM ini bisa menjadi UKM binaan untuk Fakultas Pertanian dan Perikanan dalam kegiatan penelitian dan pengabdian.

Partisipasi Mitra

Kegiatan pengabdian pada Ukm Casamur memberikan partisipasi dalam bentuk menghadirkan peserta atau anggota UKM Casamur , selain itu menyediakan tempat pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Pentingnya Pembuatan Produk Sambel Ikan Cakalag Fufu Dan Abon Cabai dan Penggunaan Platform Digital Untuk Pemasaran.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diawali dengan kegiatan sosialisasi. Adapun materi sosialisasi ini yaitu pentingnya produk sambel ikan cakalang fufu dan abon cabai. Kegiatan ini dihadiri oleh anggota UKM Casamur serta Sebagian aparat pemerintah desa Lomuli Kecamatan

Lemito Kabupaten Pohuwato. Untuk kegiatan pertama yaitu dilakukan sosialisasi tentang pentingnya produk sambel ikan cakalang fufu, selain memiliki nilai jual yang tinggi, juga berfungsi sebagai persediaan dikala harga cabai lagi tinggi dan memiliki nilai gizi yang tinggi, selain itu produk yang di paparkan adalah abon cabai yang bisa di simpan lebih lama dari produk cabi lainnya karena diolah menjadi bubuk cabai dan mampu bertahan lama. Kedua produk ini sangat bagus untuk di kembangkan menjadi usaha karena sesuai dengan minat orang Gorontalo yang suka mengkonsumsi makanan dengan rasa pedas (Hasan, et al., 2022). Produk ini juga sangat penting dalam menekan fluktuasi harga yang bisa menyebabkan inflasi.



Gambar 4. Materi Pentingnya Produk Sambel Ikan Cakalang Fufu dan Abon Cabai

Kegiatan kedua untuk sosialisasi yaitu pemberian materi tentang pentingnya penggunaan platform digital untuk pemasaran. Kegiatan ini dilakukan oleh Tim Pengabdian untuk meningkatkan pemasaran yang dilakukan oleh UKM Casamur. Penekanan materi yang disampaikan meliputi penentuan titik usaha melalui googlemaps sehingga konsumen mudah mengakses tempat UKM Casamur, Dimana di dalam google maps selain penentuan Lokasi juga bisa di lihat menu produk yang ditampilkan dalam lokasi UKM Casamur. Selain itu juga diajarkan anggota UKM Casamur dalam menggunakan media sosial dalam melakukan promosi penjualan yaitu melalui Tiktok dan Facebook, Dimana Masyarakat lebih banyak menggunakan media ini untuk bersosialisai di media social.yang terakhir Adalah pemasangan sarana promosi seperti banner dan spanduk pemasaran



Gambar 5. Pemberian Materi Tentang Penggunaan Platform Digital.

Pelatihan Pembuatan Produk

Sambel Cakalang Fufu

Pelatihan pertama yang dilakukan yaitu pembuatan sambel ikan cakalang fufu dengan terlebih dahulu dilakukan pemaparan tentang bahan dan alat yang digunakan serta prosedur penggunaannya. Sehingga semua anggota UKM casamur dapat mengerti dan memahami dengan baik sebelum dilakukan pelatihan.



Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Sambel Ikan Cakalang Fufu

Adapun Bahan dan Alat serta Prosedur pembuatan Sambel Ikan Cakalang Fufu yaitu:

Tabel 2. Alat dan Bahan Sambel Ikan Cakalang Fufu

Bahan	Alat
– Cabai keriting 50 gram	– Food Processor / Chopper
– Cabai rawit 1000 gram	– Timbangan Dapur
– Tomat, 500 gram	– Pisau Tajam
– Bawang putih 100 gram,	– Talenan
– Bawang merah 250 gram,	– Baskom sedang dan besar
– Minyak goreng 250 ml	– Blender
– Ikan Cakalang Fufu 300 grm	– Sendok
– Perasan air jeruk 1 sendok teh	– Wajan
– Penyedap rasa 5 gram	– Alat kemas/botol jar
– Gula pasir 5 gram	

Cara kerja:

- Mempersiapkan alat dan bahan yang akan di gunakan
- Menyuwir ikan cakalang fufu, pisahkan dari tulang dan kulitnya. Suwir-suwir dagingnya sampai agak halus.
- Mengolah bumbu: hancurkan bawang merah, bawang putih, cabai rawit, cabai merah keriting, menggunakan cobek atau chopper. Pastikan tidak sampai halus atau berair.
- Melakukan penumisan bumbu dan sambel cabai sampai matang.
- Masukkan suwiran ikan cakalang fufu digoreng ke tumisan bumbu. Aduk hingga rata.
- Menambahkan garam, gula pasir, dan penyedap rasa. Aduk terus hingga bumbu meresap sempurna ke dalam serat-serat daging ikan sekitar 10 menit
- Masukkan air perasan jeruk nipis/limau. Aduk cepat selama 1–2 menit hingga merata, lalu matikan api. Ticip dan koreksi rasa sesuai selera Anda.
- Melakukan pengemasan setelah sambel benar sudah dingin, masukkan sambal ke dalam toples kaca yang bersih dan benar-benar kering. Pastikan seluruh bagian atas sambal terendam oleh minyak sisa tumisan tadi.



Gambar 7. *Produk Sambel Ikan Cakalang Fufu*

Abon Cabai

Untuk kegiatan pelatihan kedua yang dilakukan yaitu pembuatan abon cabai. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota UKM Casamur dalam membuat abon cabai. Sama dengan kegiatan pelatihan pertama, dilakukan pemaparan tentang alat dan bahan yang dilakukan serta prosedur pembuatannya.



Gambar 8. *Pelatihan Pembuatan Abon Cabai.*

Adapun alat dan bahan yang digunakan dan cara pembuatannya sebagai berikut:

Tabel 3. *Alat dan Bahan Abon Cabai*

Bahan	Alat
– Cabai merah keriting opsional ½ kg	– Wajan penggorengan
– Cabai rawit ½ kg	– Kompor
– Bawang putih goreng 3 Sdm	– Blender dan food processor
– Bawang merah goreng 5 sdm	– Pisau
– Minyak goreng	– Timbangan
– Gula pasir 2 sdm	– Baskom atau wadah
– Garam	– Sendok atau spatula untuk mengaduk
– Terasi (opsional)	– Gelas jar
– Penyedap rasa (opsional)	

Cara pembuatan :

- Pilih cabai rawit dan cabai keriting yang matang, bersih, dan segar. Buang tangkai.

- Lakukan blanching selama 2-5 menit pada cabai untuk menginaktifkan enzyme.
- Cabai di keringkan dengan dijemur selama 3 hari
- Haluskan cabai kering menggunakan blender sampai menjadi bubuk halus.
- Goreng bawang putih dan bawang merah hingga matang dan harum, lalu haluskan
- Campurkan bahan sampai merata, dengan memberikan tambahan bumbu penyedap rasa.
- Simpan abon cabai dalam stoples kedap udara agar tahan lama dan siap digunakan sebagai pelengkap makanan.



Gambar 9. Produk Abon Cabai

Pelatihan Penggunaan Platform digital

Kegiatan pelatihan pemanfaatan platform digital dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- UKM Casamur di ajarkan untuk menentukan Lokasi titik usaha di Google maps, semua informasi produk yang di produksi dimasukkan dalam profil , seperti foto produk, Lokasi gps serta jam operasional.
- Pelatihan juga dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti facebook dan tiktik untuk memperluas jangkauan pemasaran
- Melakukan pemaparan tentang penggunaan sarana promosi melalui pemasangan sarana pemasaran.

Hasil Tabulasi *Pre-Test* dan *Post-Test* terhadap pengetahuan dan keterampilan UKM Casamur memahami pembuatan Abon Cabai dan Sambel Ikan Cakalang Fufu dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Tabulasi *Pre-Test* dan *Post-Test*

No	Komponen penilaian	Abon Cabai				Sambel Ikan Cakalang Fufu			
		Pre Test		Post Test		Pre Test		Post Test	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1.	Memiliki Pengetahuan Kurang	3	30	10	100	2	20	9	90
2.	Memiliki Pengetahuan Total	7	70	0	0	8	80	1	10
	Total	10	100	10	100	10	100	10	100

Untuk metode evaluasi yang digunakan adalah metode yang metode *pre-test* dan *post-test* melalui kuisioner untuk mengetahui pemahaman pada peserta (Safe'I, et al., 2022). Kegiatan ini diawali dengan pembagian kuisioner kepada para peserta berupa *pre-test*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta terhadap kegiatan yang akan dilakukan. Berdasarkan Tabel 4. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih kurang

mengetahui materi kegiatan baik untuk abon cabai maupun sambel ikan cakalang fufu. Secara umum peserta masih kurang memahami pembuatan produknya karena masih baru, mereka hanya mengetahui pembuatan sambel yang biasanya di gunakan oleh ibu rumah tangga. Setelah dilakukan sosialisasi dan pelatihan pembuatan produk selanjutnya peserta kembali dilakukan *post-test* untuk mengetahui pengaruh sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan terhadap tingkat pemahaman dan pengetahuan peserta. Berdasarkan tabel 4 maka diketahui bahwa pengetahuan dan pemahaman peserta mengalami kenaikan. Sebanyak 100% untuk pembuatan abon cabai karena mudah untuk membuatnya dan 90 % untuk pembuatan sambel ikan cakalang fufu. Hal ini dilihat dari kemampuan UKM Casamur dalam membuat produk abon cabai dan sambel ikan cakalang fufu.

KESIMPULAN

Mitra UKM Casamur Desa Lomuli memahami pentingnya diversifikasi produk olahan cabai rawit serta pemanfaatan platform digital dalam pemasaran. Mitra juga memperoleh keterampilan dalam memproduksi abon cabai dan sambal ikan cakalang fufu sebagai produk unggulan baru. Selain itu, mitra mampu menerapkan teknik pengolahan yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual produk. Pelatihan ini juga meningkatkan pemahaman mengenai pengemasan, pelabelan, serta strategi promosi digital melalui media sosial. Dengan peningkatan kapasitas tersebut, UKM Casamur diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing usaha, dan mendorong peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

DEKLARASI

Kontribusi Penulis. Muh Arsyad: konseptualisasi, koordinasi kegiatan, metodologi, dan penulisan naskah. Betrisandi: pelaksanaan kegiatan dan pengumpulan data. Nur Fitriyanti Bulotio: pelatihan, pendampingan, dan dokumentasi. Asmuliani R: pengolahan data, evaluasi, dan peninjauan naskah. Opriyanto Umar: pelaksanaan kegiatan, validasi, dan penyuntingan naskah. Seluruh penulis menyetujui versi akhir artikel

Pendanaan. Kegiatan ini didanai melalui hibah pengabdian dari DPPM Kemendiktisaintek.

Konflik Kepentingan. Para penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan.

Penggunaan Kecerdasan Artifisial. Kecerdasan artifisial generatif digunakan secara terbatas untuk membantu penyuntingan bahasa dan meningkatkan keterbacaan naskah. Seluruh substansi ilmiah tetap menjadi tanggung jawab penulis.

Persetujuan Etik dan Informed Consent. Kegiatan ini merupakan program pengabdian kepada masyarakat. Partisipasi mitra dilakukan dalam konteks pelaksanaan kegiatan dan tidak melibatkan intervensi medis atau eksperimen klinis.

Ketersediaan Data. Data kegiatan berasal dari hasil *pre-test* dan *post-test*, observasi, serta dokumentasi kegiatan. Data utama yang relevan telah disajikan dalam artikel.

Ucapan Terima Kasih. Penulis menyampaikan terima kasih kepada DPPM Kemendiktisaintek, LPPM Universitas Puhuwato, UKM Casamur, Pemerintah Desa Lomuli, serta seluruh pihak yang mendukung pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, M., & Habi, S. H. B. (2021). Analisis kimia dan organoleptik terhadap formulasi sambal ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis* L.) asap. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 4(1), 11–21. <https://doi.org/10.32662/gatj.v4i1>
- Asir, M., Wahab, A., Yani, N. F., Arum, R. A., & Ramlah. (2023). Strategi peningkatan penjualan produk pertanian cabai di Kabupaten Sinjai. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9, 725–732. <https://doi.org/10.29210/020231803>
- Asmuliani, R., Arsyad, M., Bulotio, N. F., Pertiwi, E. D., & Wahyudi. (2025). Pemberdayaan ibu PKK melalui pelatihan pembuatan eco enzyme dan abon cabai rawit di Desa Manunggal Karya, Kecamatan Randangan, Kabupaten Pohuwato. *Sabangka Abdimas*, 4(6), 1139–1155. <https://doi.org/10.62668/sabangkaabdimas.v4i06.1794>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pohuwato. (2025). *Kabupaten Pohuwato dalam angka 2025*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Pohuwato.
- Casrini, Fauzi, M. A., A. S., M., Sabila, F., Fatimatuz, R., Bursan, R., Ramelan, M. R., & Sakinah, T. (2025). Strategi pemanfaatan konten TikTok sebagai media promosi UMKM Sami Sutra untuk menjangkau Generasi Z. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 6(2), 211–217. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v6i2.835>
- Chen Van, J., Huang, W., Anindita, R., Chang, W., & Yang, S. (2017). Price volatility of cayenne pepper and red chili pepper in Papua and Maluku Provinces, Indonesia. *Scholar Journal of Economics, Business and Management*, 4(9), 590–599. <https://doi.org/10.36347/sjebm.2017.v04i09.002>
- Dany, F. A., Izzah, N., Setyohadi, R. I., Masduki, D. A., Asyhar, A. M., & Zaka, F. (2025). Branding dan digitalisasi: Strategi branding product, visual, digital dan offline pengembangan UMKM di Desa Widoro. *Khidmah Nusantara*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.69533/8205ra70>
- Fauzi, A. V., Andriani, V., Febrian, A. Z., Apriyana, G., Sella, B. S., Akbar, R. A., & Fadilah, M. F. (2023). Pengaruh meningkatnya harga cabai terhadap permintaan dan penawaran di Indonesia. *Jurnal Jaman*, 3(1), 73–79. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.645>
- Hasan, F., Akuba, W., & Suleman, F. (2022). Strategi pengembangan usaha olahan sambal ikan sagela khas Gorontalo dalam meningkatkan pendapatan UMKM lokal. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 13(1), 45–56. <https://doi.org/10.35941/jape.v13i1.1842>
- Rahmi, S., & Daud, A. (2025). Analisis kadar air dan organoleptik terhadap variasi rasa abon cabai merah. *Jurnal Teknologi Pascapanen dan Pengolahan Pangan*, 4(2), 115–124. <https://doi.org/10.35308/jtpp.v4i2.14479>
- Ramadhany, E. D., Arief, M. H., Nugroho, D. M., & Laily, N. F. (2023). Digitalisasi UMKM melalui media sosial dan Google Maps untuk visibilitas dan efektivitas penyebaran informasi bisnis. *Swarna: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(9), 969–974. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.875>
- Rinto, Pratama, F., & Baehaki, A. (2021). Karakteristik kimia dan sensori sambal komersial berbasis ikan dan bahan lokal. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 24(2), 210–219. <https://doi.org/10.17844/jphpi.v24i2.35821>

- Safe'i, R., Aristoteles, Mulkhan, Pratama, M. R., Ajijah, L. N., Syahiib, A. N., Selvira, N. A. P., & Damayanti, R. (2022). Pelatihan penggunaan software penilaian kesehatan hutan di KTH Lestari Indah Labuhan Maringgai Lampung Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: BUGUH*, 1(4), 1–7. <https://doi.org/10.23960/buguh.v1n4.232>
- Septi, S. D. N., & Ariescy, R. R. (2024). Pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 250–255. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2365>
- Supriadi, S., Yuliani, Y., & Sukri, S. (2024). Pelatihan pembuatan abon cabai rawit untuk meningkatkan pendapatan keluarga petani di Desa Lepak Timur, Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 7(2), 330–337. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v7i2.7235>
- Timisela, N. R., Salampessy, Y. E., & Apituley, Y. M. T. N. (2020). Analisis pembentukan harga komoditas cabai rawit dan bawang merah pada tingkat eceran di Kota Ambon. *Jurnal Budidaya Pertanian*, 16(1), 31–41. <https://doi.org/10.30598/jbdp.2020.16.1.31>