



PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PESISIR MELALUI PENGOLAHAN HASIL LAUT DI UMKM WANITA NELAYAN BERKARYA

Irma¹, Fikarwin Zuska², Mujiburrahman³

irma.220230004@mhs.unimal.ac.id¹, fikarwin@usu.ac.id², mujiburrahman@unimal.ac.id³

Universitas Malikussaleh

Abstrak: Penelitian ini bertujuan memahami output dari pemberdayaan yang dilakukan oleh Pertamina EP Rantau Field kepada Kelompok UMKM Wanita Nelaya Berkarya (WNB) melalui pengolahan hasil laut di Kelurahan Beras Basah, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Melalui pendekatan etnografi, data dikumpulkan secara observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi selama satu bulan. Hasil penelitian menunjukkan output dari pemberdayaan yang dilakukan oleh Pertamina EP Pangkalan Susu kepada Kelompok UMKM WNB telah berhasil meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam produksi olahan laut seperti ekor bare crispy, ikan kekek crispy, stik seafood, dan terasi siap saji. Selain itu program ini juga berdampak pada aspek ekonomi (peningkatan penghasilan individu), sosial (penguatan solidaritas dan relasi sosial), serta lingkungan (penggunaan dan pengurangan limbah laut). Namun, pemberdayaan ini masih menghadapi berbagai hambatan seperti lemahnya pemasaran digital akibat rendahnya literasi teknologi, konflik internal karena ketimpangan peran, dan belum meratanya akses terhadap alat dan hasil usaha. Oleh karena itu, kedepannya diperlukan pelatihan literasi digital yang lebih intensif, penguatan manajemen usaha kolektif, serta penerapan sistem kerja yang adil dan transparan untuk mendorong partisipasi aktif seluruh anggota dan keberlanjutan kelompok.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Perempuan Pesisir, UMKM, CSR, Triple Bottom Line

Abstract: This study aims to understand the output of empowerment carried out by Pertamina EP Rantau Field to the Women Fishermen Working (WNB) MSME Group through seafood processing in Beras Basah Village, Langkat Regency, North Sumatra Province. Through an ethnographic approach, data was collected through participatory observation, in-depth interviews, and documentation studies for one month. The results of the study indicate that the output of empowerment carried out by Pertamina EP Pangkalan Susu to the WNB MSME Group has succeeded in increasing the capacity of individuals and groups in the production of seafood products such as crispy baretail, crispy kekek fish, seafood sticks, and ready-to-eat shrimp paste. In addition, this program also has an impact on economic aspects (increased individual income), social (strengthening solidarity and social relations), and environmental (use and reduction of marine waste). However, this empowerment still faces various obstacles such as weak digital marketing due to low technological literacy, internal conflicts due to unequal roles, and unequal access to tools and business results. Therefore, going forward, more intensive digital literacy training, strengthening of collective business management, and the implementation of a fair and transparent work system are needed to encourage the active participation of all members and the sustainability of the group.

Keywords: Empowerment, Coastal Women, MSMEs, CSR, Triple Bottom Line

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara maritim yang memiliki wilayah perairan lebih luas dibandingkan daratan. Data dari Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral

menunjukkan bahwa luas wilayah perairan Indonesia mencapai 5,9 juta km² termasuk zona ekonomi eksklusif (ZEE) (Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral, 2009). Sementara luas daratannya hanya sekitar 1,9 juta kilometer persegi (Hafizah, 2025). Potensi kelautan yang besar ini menjadikan sektor pesisir sebagai tulang punggung ekonomi masyarakat di wilayah pantai, terutama melalui kegiatan perikanan tangkap, budi daya dan pengolahan hasil laut. Namun, ironi muncul ketika sebagian besar masyarakat pesisir justru hidup dalam kondisi miskin, rentan dan termarginalisasi.

Berdasarkan data BPS Indonesia 2022, wilayah pesisir sangat ekstrim mengalami kemiskinan mencapai angka 3,9 juta orang (Sexton, 2024). Penyebabnya antara lain karena rendahnya pendidikan, keterampilan, perubahan musim yang tidak menentu, terjebak perangkap tengkulak dan pemilik modal, persaingan yang intensif, hingga keterbelakangan budaya dan sosialnya (Ali, 2020; Faletahan et al., 2022; Najib et al., 2024; Wulandari, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa ternyata potensi yang begitu kaya dari laut tidak dapat mengubah tingkat kesejahteraan penduduk pesisir secara menyeluruh.

Perempuan, sebagai bagian dari komunitas pesisir menjadi kelompok yang juga diperlukan kontribusinya untuk membantu menjaga stabilitas ekonomi keluarga (Alfiah et al., 2020; Sabilla et al., 2024). Di satu sisi mereka dituntut untuk menopang ekonomi keluarga, terutama ketika pendapatan suami sebagai nelayan bersifat fluktuatif karena ketergantungan pada jumlah tangkapan ikan, kondisi cuaca, jangkauan wilayah tangkapan, serta keterbatasan alat tangkap (Nainggolan et al., 2020). Tapi di sisi lain, mereka hidup dalam kultur patriarki yang terkurung dalam keterbatasan pendidikan, pelatihan, kurangnya modal ekonomi, pekerjaan yang rentan, perubahan lingkungan sosial dan budaya (Awalia et al., 2023). Masalah-masalah sosial yang dialami oleh perempuan pesisir ini menjadi perhatian banyak pihak dalam rangka mewujudkan pembangunan yang merata. Salah satu model keterlibatan dalam rangka memperhatikan kesejahteraan perempuan pesisir adalah melalui pemberdayaan sosial.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial pada pasal 1 ayat 10 menggariskan bahwa, pemberdayaan sosial adalah upaya sistematis untuk menjadikan warga negara yang mengalami masalah sosial memiliki daya, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dasarnya. Dalam konteks perempuan pesisir, pemberdayaan ini diarahkan pada peningkatan kapasitas dan ekonomi melalui pemanfaatan potensi lokal.

Salah satu bentuk intervensi pemberdayaan bisa diwujudkan melalui kewajiban program Corporate Social Responsibility (CSR) (Probo, 2017) dari perusahaan-perusahaan yang beroperasi di sekitar wilayah pesisir. Seperti Pertamina EP Pangkalan Susu Field, sebagai kontraktor kontrak kerja sama (KKKS) dibawah SKK Migas, memiliki kewajiban untuk menjalankan program pengembangan masyarakat di wilayah Kelurahan Beras Basah di Kecamatan Pangkalan Susu, Kabupaten Langkat. Kelurahan ini merupakan desa maritim dengan potensi sumber daya laut yang sangat potensial seperti udang kecepe, kepiting, ekor bare (Pertamina EP Pangkalan Susu Field, 2023). Selain itu Beras Basah juga menjadi salah satu kelurahan di Pangkalan Susu yang memiliki jumlah penduduk terbanyak yaitu mencapai 9.162 jiwa, dengan jumlah laki-laki 4.539 dan perempuan 4.623 jiwa (Kabupaten Langkat dalam Angka, 2024). Data ini menunjukkan bahwa selain wilayah Beras Basah yang kaya sumber daya laut, ternyata juga berpotensi secara sumber daya manusia, terutama perempuan yang lebih tinggi angkanya.

Perempuan pesisir merupakan subjek dari pemberdayaan Pertamina EP Pangkalan Susu Field, tepatnya di Kelompok UMKM Wanita Nelayan Berkarya (WNB).

Isu yang diangkat oleh Pertamina EP Pangkalan Susu Field adalah lingkungan dan ekonomi keluarga nelayan (Pertamina EP Pangkalan Susu Field, 2023). Rata-rata laki-laki di Kelurahan Beras Basah bekerja sebagai nelayan, mereka menangkap segala jenis ikan, namun ada satu ikan kecil namanya ikan kekek yang dibuang karena ukurannya kecil dan berduri. Karena dibuang di perairan, aktivitas ini menyebabkan air laut tercemar oleh bangkai ikan kekek tersebut. Di samping itu pemetaan sosial perusahaan Pertamina EP Pangkalan Susu juga mendapati bahwa tingkat kesejahteraan ekonomi keluarga nelayan sangat rendah (Pertamina EP Pangkalan Susu Field, 2023).

Sebelum dibina oleh Pertamina EP Pangkalan Susu Field, kelompok UMKM ini sudah aktif memproduksi, hanya saja masih mengandalkan keterampilan dasar tanpa alat produksi memadai, belum memahami pemasaran secara online, bazar serta inovasi produk. Tepat di tahun 2019 Pertamina melakukan pemberdayaan kepada kelompok ini dengan mengangkat isu lingkungan dan ekonomi. Pertamina melalui Program Pengembangan Masyarakat (PPM) tersebut telah menyalurkan berbagai bentuk bantuan alat, bahan, pelatihan serta pendampingan oleh satu orang CDO (*Community Development Officer*) yang diganti setiap tahunnya. Namun saat ini program pemberdayaan sudah selesai pada tahun 2023 lalu.

Oleh sebab itu output pemberdayaan dan keberlanjutan UMKM pasca-intervensi CSR Pertamina EP Pangkalan Susu Field masih menjadi tanda tanya besar. Sejumlah penelitian sebelumnya memang telah membahas pemberdayaan perempuan melalui program CSR. Parawangsa & Indra Lestari (2020) meneliti pelatihan dan bantuan usaha untuk perempuan pesisir oleh PT Semen Tonasa, tapi belum memperlihatkan kondisi kelompok setelah program selesai. Studi oleh Utami et al (2025) menilai keberhasilan program Srikandi Pesisir dari PLN Nusantara Power, namun evaluasinya masih terbatas karena program masih berjalan. (Hamdani et al., 2025) menunjukkan bahwa digitalisasi kepemimpinan dan teknologi mampu memperkuat kapasitas manajerial serta meningkatkan omzet nelayan pesisir di Indramayu, meski fokusnya lebih pada aspek teknis peningkatan kapasitas.

Dari studi-studi tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada tahap implementasi program, capaian ekonomi, dan aspek teknis. Masih terdapat kekosongan penelitian yang menelaah secara lebih menyeluruh output yang terbentuk pasca program CSR. Selain itu belum ada juga secara spesifik yang menggali menggunakan pendekatan etnografi, maka pendekatan ini dipilih agar dapat menggali pengalaman kelompok secara mendalam dan holistik (Spradley, 1997).

Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji output yang diterima oleh kelompok *Wanita Nelayan Berkarya* (WNB) atas binaan Pertamina EP Pangkalan Susu Field. Aspek yang dikaji yaitu bagaimana aktivitas pemberdayaan, hambatan, serta dampak yang dirasakan oleh Kelompok WNB usai dibina CSR Pertamina EP Pangkalan Susu Field. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat secara teoretis untuk pengembangan kajian tentang pemberdayaan terutama perempuan pesisir. Selain itu secara praktis, semoga tulisan ini dapat dijadikan bahan referensi dan refleksi bagi perusahaan maupun kelompok binaan untuk memperbaiki strategi pendampingan dan memastikan keberlanjutan usaha mereka ke depan.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Beras Basah, Kecamatan Pangkalan Susu, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, tepatnya di Gang Titi Batu I, Jalan Nelayan, Lingkungan Sembilan. Penelitian berlangsung selama satu bulan, dari 20

Februari hingga 19 Maret 2025. Peneliti tiba di lokasi pada 19 Februari setelah melakukan desk study di Pekanbaru 19 Januari – 18 Februari. Untuk transportasi peneliti memilih menggunakan jasa travel langsung dari Medan ke lokasi atas rekomendasi PIC Pertamina EP Pangkalan Susu Field. Setibanya di Beras Basah, peneliti disambut oleh Ketua UMKM WNB, Buk Yuni dan tinggal di rumah salah satu warga (Kak Lili) dengan biaya sewa Rp 200.000 selama penelitian.

Metode yang digunakan adalah etnografi, dengan tiga teknik pengumpulan data utama: observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas ketua dan anggota UMKM WNB, proses produksi, serta alat yang disediakan Pertamina. Data dicatat dalam fieldnote sebagai bahan analisis. Wawancara dilakukan kepada informan kunci, seperti Buk Yuni, Buk Zaenab, Buk Hamidah, dan anggota lainnya, serta pihak eksternal seperti Kepala Lurah Beras Basah dan CDO Pertamina. Hasil dari wawancara berupa sejarah UMKM WNB, jenis produk, peningkatan kapasitas, dampak ekonomi, sosial, lingkungan serta kendala dari program pemberdayaan CSR Pertamina EP Pangkalan Susu Field. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengakses dokumen BPS Kabupaten Langkat, laporan program, dan pemetaan sosial Pertamina, serta dokumentasi visual. Validitas data dijaga melalui triangulasi data dan metode, sedangkan analisis dilakukan melalui catatan tematik dengan menggabungkan dan menyilangkan temuan observasi serta wawancara dari berbagai informan untuk membangun pemahaman menyeluruh terhadap proses pemberdayaan yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kelurahan Beras Basah

Beras Basah merupakan sebuah kelurahan yang terletak di Kecamatan Pangkalan Susu, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, yang memiliki 11 lingkungan. Pemberian nama Kelurahan Beras Basah tersimpan dalam toponim berupa folklore (cerita rakyat) lisan. Konon, pada zaman dahulu, ketika daerah ini masih berupa semak belukar. Sekelompok orang dari Aceh datang untuk membuka lahan. Mereka datang dengan membawa sejumlah perbekalan, termasuk beras. Mereka menempuh perjalanan melalui jalur laut, namun saat tiba di *Paloh* (Alur), yang merupakan pintu masuk dari laut ke darat, mereka diterjang ombak besar. Akibatnya, seluruh perbekalan mereka, termasuk beras, menjadi basah. Oleh karena itu, daerah ini kemudian dinamakan Beras Basah.

Jumlah penduduk Kelurahan Beras Basah sebanyak 9.162 jiwa atau 19,88 persen dari penduduk Kecamatan Pangkalan Susu. Laki-laki berjumlah 4.539 jiwa sedangkan perempuan lebih tinggi sedikit yaitu 4.623 jiwa. Berdasarkan data BPS Kecamatan Pangkalan Susu, terkait pekerjaan di Beras Basah terdapat beberapa bidang seperti pertanian sebesar 667, industri/kerajinan hanya 6, PNS ada 78, perdagangan 98, angkutan 91, dan lainnya 191 jiwa (Kabupaten Langkat dalam Rangka, 2024). Sedangkan untuk pekerjaan nelayan, selama observasi peneliti melihat setiap keluarga rata-rata suaminya bekerja di laut sebagai nelayan, hanya saja di data BPS kecamatan tidak tercantum terkait bidang pekerjaan ini.

Kemudian di bidang industri, Kelurahan Beras Basah berdasarkan data BPS 2023 mempunyai industri besar/sedang (0), industri kecil (2), dan industri rumah tangga (4) (BPS Kabupaten Langkat, 2023). Namun data BPS 2024 menunjukkan peningkatan, dimana Kelurahan Beras Basah memiliki toko/warung kelontong sebanyak 15 unit, 2 minimarket, warung/kedai makan 12 (Kabupaten Langkat dalam Rangka, 2024). Menurut Pak Zulkarnain sebagai Lurah Beras Basah, UMKM yang dilegalkan secara

resmi di kelurahannya hanya ada dua yaitu KTH Peduli Pesisir dan UMKM Wanita Nelayan Berkarya.

B. Aktivitas Pemberdayaan Pertamina EP Pangkalan Susu Field di UMKM Wanita Nelayan Berkarya (WNB)

1. Sejarah UMKM Wanita Nelayan Berkarya

UMKM Wanita Nelayan Berkarya (WNB) hadir, berawal dari inisiatif Buk Yuni, seorang ibu rumah tangga di Gang Titi Batu I, Kelurahan Beras Basah, Pangkalan Susu. Beberapa tahun silam, suaminya yang bekerja sebagai toke ikan sering membawa pulang ikan-ikan kecil yang kurang laku, seperti ikan biji nangka, ikan teri, dan ikan kekek. Buk Yuni merasa sayang jika ikan-ikan tersebut dibuang begitu saja, sehingga ia mulai mencoba mengolahnya menjadi ikan asin. *“Kemaren itu awalnya kami cuma jual ikan asin, ibu buat ikan asin itu karena keknya sayang ikan kecil-kecil ini... cobaklah ku belah gitukan”*, jelas Buk Yuni (55 Tahun) dalam wawancara. Inisiatif ini menunjukkan sikap sebagai wirausaha yang proaktif, di mana Buk Yuni mampu melihat peluang dan bertindak di luar rutinitas hariannya (Fatima et al., 2023). Melimpahnya ikan-ikan kecil ini menjadi modal alam yang penting, sedangkan keterampilan membuat ikan asin yang diwariskan turun-temurun menjadi modal budaya yang memperkuat usaha ini. Sebagai modal budaya karena hal ini juga dilakukan oleh beberapa tetangga Buk Yuni. *“Karena kan kami emang udah masing-masing rumah udah buat-buat belah ikan asin itu...”* tambah Buk Yuni.

Inisiatif Buk Yuni dalam mengolah ikan buang sisa (bs) menjadi ikan asin lalu tetangganya juga demikian, maka menjadi daya tarik berbagai pihak untuk dikunjungi. Salahsatunya pada tahun 2018 seorang pegawai Dinas Perikanan bernama Bobby, mengunjungi Gang Titi Batu I. Melalui kunjungannya, Bobby melihat adanya potensi, dimana ibu-ibu di gang ini sering berkumpul dan setiap rumah para ibu-ibunya membuat dan menjemur ikan asin belah. Di sini ia melihat ada potensi besar, bukan hanya dari segi ekonomi, tapi juga dari kekompakan para ibu yang sering bekerja bersama. Ia lalu menyarankan untuk membentuk kelompok usaha. *“Terus datang orang perikanan, buk kita buat kelompok yok... ibuklah ketuanya”*, kata Buk Yuni menirukan ucapan Bobby. Awalnya kelompok ini beranggotakan 10 orang dan memproduksi tiga jenis olahan ikan asin, bakso ikan, dan nugget ikan. Yang menarik, kekuatan utama kelompok ini justru berasal dari kebiasaan gotong royong, saling percaya, dan kerja sama yang sudah terbentuk lama. Inilah yang disebut sebagai modal sosial menurut Putnam berupa koneksi sosial dan rasa percaya dalam komunitas sangat penting untuk mendorong kerja kolektif (Syahra, 2003).

Kelompok ini akhirnya diberi nama POKLAHSAR (Kelompok Pengolahan dan Pemasaran) Wanita Nelayan Berkarya, atau yang lebih dikenal sehari-hari sebagai UMKM WNB. Nama ini dipilih karena mayoritas anggotanya adalah istri nelayan, dan mereka percaya bahwa para perempuan juga bisa berkarya dari hasil laut tangkapan suami mereka. Sejak itu, UMKM WNB berkembang sebagai wujud nyata dari kombinasi kekuatan modal manusia, sosial, budaya, dan alam yang dimiliki oleh perempuan-perempuan pesisir di Pangkalan Susu.

2. Intervensi Pertamina ke UMKM Wanita Nelayan Berkarya

Sekitar satu tahun kurang lebih kelompok berjalan, tepat pada tahun 2019 Pertamina EP Pangkalan Susu melalui kegiatan pemetaan sosialnya melakukan survey-survey ke berbagai desa yang dekat dengan wilayah operasional, salahsatunya ke Kelurahan Beras Basah, Gang Titi Batu I. Kunjungan tersebut menjadi awal interaksi antara pihak perusahaan dan UMKM Wanita Nelayan Berkarya. Saat itu, Ketua Kelompok, Buk Yuni secara aktif mengajukan permintaan agar kelompok mereka

dibina melalui program pemberdayaan. Permintaan ini kemudian disambut positif oleh Pertamina, yang akhirnya mulai melakukan pendampingan terhadap UMKM WNB.

Jumlah anggota kelompok WNB sebelum dibina oleh Pertamina, hanya sekitar 7 orang. Namun, setelah program pemberdayaan dimulai pada tahun 2019, jumlah anggota kian meningkat menjadi 14 orang. Meski demikian, hingga tahun 2025 ini, jumlah tersebut kembali menyusut menjadi 7 orang, sebagian besar karena anggota berpindah domisili atau memilih pekerjaan lain. Meskipun jumlahnya menurun, semangat dan aktivitas kelompok tetap berjalan dengan komitmen anggota yang tersisa.

Adapun ketua dan anggota kelompok pada tahun 2025 yang tersisa sebagai berikut nama-namanya;

No	Nama	Jabatan di Kelompok	Umur	Pendidikan	Aktivitas Lain di Luar Kelompok
1.	Yuningsih	Ketua	55 Tahun	SMA	Agen belacan, Frozen Food (Daging, Capit dan Jari Kepiting, Tiram, Bakso, Nugget)
2.	Aisyah	Anggota	53 Tahun	SMP	Bekerja di Usaha Catering Orang Lain
3.	Rosnida	Anggota	54 Tahun	SMP	Tukang Jahit Bongkar Pasang
4.	Hamidah	Anggota	59 Tahun	SD	Membuat Kesen Kaki dari Kain Bekas, Keripik Ubi, dan Memelihara Ayam
5.	Rosnita	Anggota	52 Tahun	SMP	Menjual Kacang Tojen
6.	Zamilah	Anggota	45 Tahun	SD	Bekerja di Usaha Catering Orang Lain dan Ambil Jasa Setrika Pakaian
7.	Zaenab	Anggota	43 Tahun	D1	Tukang Kopek Kepiting

Selama 5 tahun yaitu dari 2019 - 2023 melakukan pemberdayaan kepada UMKM WNB, Pertamina EP Pangkalan Susu telah melakukan banyak kegiatan. Adapun beberapa kegiatan pemberdayaan Pertamina yang bisa peneliti akses, sebagai berikut dijabarkan;

a. Pemberian bantuan mesin dan alat pengolahan

UMKM Wanita Nelayan Berkarya bergerak pada pengolahan hasil dari laut, tentunya membutuhkan berbagai alat untuk mendukung operasional agar semakin berkembang. Oleh karena itu Pertamina EP Pangkalan Susu Field memberikan bantuan meliputi mesin pengering belacan, alat masak (kompor, wajan, sutil, dll), spinner, oven, baju seragam, freezer, dan packaging. Buk Yuni mengatakan bahwa mesin pengering belacan diberikan untuk mengantisipasi apabila sedang musim penghujan, namun karena jarang hujan sehingga mesin ini jarang juga digunakan. Adapun untuk pengeringan belacan, Buk Yuni masih melakukan secara tradisional yaitu dijemur dengan bantuan matahari.

b. Pelatihan dan pendampingan pembuatan produk

Selain memberikan alat bantu produksi, Pertamina EP Pangkalan Susu Field juga secara aktif mendampingi kelompok UMKM WNB dengan mengirim satu orang Community Development Officer (CDO) yang bergantian setiap tahun. Tugas

pendamping ini adalah mendukung dan mengarahkan ibu-ibu kelompok menemukan inovasi dalam mengolah hasil laut ke berbagai produk. Kegiatan yang dilakukan oleh CDO ini juga bisa dilihat sebagai bagian dari capacity building, dimana menurut Grindle bahwa capacity building adalah upaya yang bertujuan untuk mengembangkan beberapa jenis strategi yang mampu meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan responsivitas dari kinerja sebuah organisasi (Haryono et al., 2012). Beberapa jenis kegiatan capacity building yang terlihat dalam konteks pemberdayaan ini adalah sebagai berikut;

- Pelatihan penguatan manajemen keuangan
- Peningkatan kualitas dan packaging produk
- Pendampingan pengolahan inovasi produk
- Pendampingan pemasaran produk offline
- Replikasi hasil olahan laut di area Kabupaten Langkat
- Bazar UMKM khas PSU
- Pendampingan monitoring dan evaluasi

Selama proses pemberdayaan yang diselenggarakan oleh Pertamina ini telah membawa dampak yang signifikan dalam peningkatan kapasitas pada perempuan pesisir di UMKM WNB dalam mengolah hasil laut. Sebelum dibina, mayoritas ibu-ibu hanya memiliki keterampilan dasar dalam pengolahan hasil laut seperti ikan asin dan belacan. Namun dengan pelatihan yang diberikan Pertamina, kini mereka memperoleh keterampilan tambahan dalam mengolah produk yang punya nilai jual seperti ikan kekek crispy, ekor bare crispy, abon ikan tongkol, terasi bubuk, stik kepiting dan sebagainya.

“Manfaatnya kita dapat ilmu iya kan, lebih manfaat lah dari gak bisa jadi bisa, ilmu seperti tata boga, makanan, dulu pernah biken peyek, biken belacan siap saji kan dapat ilmu kita kan. Bikin rengginang juga pernah kami, nah gara-gara ikot itu walaupun uangnya gadak tapi kami pas lebaran jadi gak payah belik karena udah tau cara buatnya tadi dapat ilmu yakan setidaknya untuk kue lebaran yang itu gak payah beli lagi” (Buk Rosnida, 54 Tahun).

Berdasarkan hasil wawancara ini, peneliti dapat memahami bahwa pelatihan dan pendampingan dari Pertamina EP Pangkalan Susu Field lewat peran CDO benar-benar membawa perubahan bagi ibu-ibu di UMKM WNB. Mereka yang dulunya cuma bisa membuat ikan asin atau belacan, sekarang bisa mengolah hasil laut jadi produk yang lebih variatif dan punya nilai jual, seperti ekor bare crispy, abon ikan tongkol atau stik kepiting. Meski masih ada kendala soal modal, tapi ilmu itu juga berguna di rumah, misalnya saat membuat kue lebaran sendiri tanpa harus beli lagi. Pendampingan ini jadi bukti bahwa dengan bimbingan yang tepat, ibu-ibu pesisir bisa lebih percaya diri dan mandiri.

Berikutnya, secara tersirat adapun salah satu strategi peningkatan ekonomi yang diterapkan oleh Pertamina EP Pangkalan Susu kepada UMKM WNB adalah melakukan diversifikasi produk. Menurut Tjiptono, pengertian diversifikasi adalah sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (Hermawan, 2015). Namun demikian, temuan lapangan menunjukkan bahwa strategi ini tidak sepenuhnya berhasil diimplementasikan dalam konteks UMKM WNB.

Berdasarkan observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa meskipun kelompok ini telah mengembangkan berbagai produk olahan laut secara kreatif seperti stik seafood, kekek crispy, terasi bubuk dan ekor bare crispy namun produk-produk ini kurang mendapat respon positif dari konsumen lokal. Salah satu kendalanya adalah

harga jual yang relatif tinggi untuk ukuran cemilan, serta fakta bahwa masyarakat pesisir tempat UMKM ini berada, tidak memiliki kebiasaan konsumsi cemilan seperti keripik atau kerupuk. Hal ini menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk, meskipun secara teoritis unggul, tetap membutuhkan penyesuaian dengan konteks sosial dan budaya lokal agar bisa efektif. Bahkan mengerikan lagi apabila diversifikasi produk yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan, malah menjadi pemakan dari produk yang sudah ada dan saling menjatuhkan, atau disebut sebagai kanibalisme produk (Hermawan, 2015).

c. Inovasi Produk

Awalnya kelompok UMKM WNB hanya membuat ikan asin tapi dengan pelatihan dan pendampingan pembuatan produk, akhirnya kelompok mampu menciptakan berbagai jenis inovasi produk hasil laut yang unik dan kreatif. Berikut produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM Wanita Nelayan Berkarya;

1. Ikan Kekek Crispy

Ikan kekek crispy merupakan produk pertama di UMKM Wanita Nelayan Berkarya dalam rangka Pertamina EP Pangkalan Susu Field menjawab permasalahan isu lingkungan di Kelurahan ini. Sebelumnya berdasarkan pemetaan sosial yang dilakukan oleh Pertamina EP Pangkalan Susu, menemukan bahwa ikan kekek ini dibuang ke perairan hingga menjadi bangkai dan mencemari lingkungan (Pertamina EP Pangkalan Susu Field, 2023). Oleh sebab itu ikan kekek tersebut dijadikan olahan ikan kekek crispy sebagai bentuk inovasi dalam mengkreasikan ikan kecil-kecil tersebut supaya tidak hanya diasinkan saja. Pada masa produksi ikan kekek crispy, UMKM WNB menjalankan sistem pembagian tugas antar anggota. Proses dimulai dari anggota pertama yang memiliki waktu luang di siang hari untuk menyangi ikan. Selanjutnya, anggota kedua akan membersihkan dan mencuci ikan, lalu keesokan paginya, anggota ketiga akan melanjutkan proses dengan menjemur ikan yang telah dibersihkan.

Saat ini, UMKM WNB tidak lagi memproduksi ikan kekek crispy karena harga ikan kekek yang sudah tidak terjangkau seperti dulu. Jika sebelumnya hanya seharga Rp2.000, kini harganya mencapai Rp10.000 per kilo. Kenaikan harga ini menyebabkan harga jual produk menjadi terlalu tinggi di mata konsumen. Di sisi lain, jika dijual dengan harga murah, hasil penjualan tidak mampu menutup biaya operasional. Oleh karena itu, UMKM WNB mulai mencari potensi lain dari hasil laut yang lebih realistis dan terjangkau untuk dikembangkan.

2. Stik Seafood Kepiting dan Udang



Stick merupakan produk camilan yang bentuk serta cara pembuatannya mirip seperti kue bawang. Namun, Kelompok UMKM WNB melakukan inovasi dengan menambahkan daging kepiting atau udang ke dalam adonannya, sehingga menghasilkan cita rasa yang lebih unik dan khas. Produk ini dijual dengan harga Rp15.000 per bungkus, dengan berat bersih 100 gram. Dari segi kemasan, UMKM WNB mendapat dukungan dari Pertamina, sehingga tampilan produk sudah layak untuk

dipasarkan di berbagai tempat. Selain itu, produk ini juga telah tersertifikasi halal dan memiliki nomor P-IRT: 206121363043325.

3. Ekor Bare Crispy



Ekor Bare Crispy merupakan produk unggulan dari Kelompok UMKM WNB. Produk ini memanfaatkan bagian ekor dari bare, sejenis hewan laut mirip kerang yang memiliki ekor. Bagian ekor ini sering kali tidak dimanfaatkan oleh masyarakat, namun Buk Yuni melihat potensi tersebut dan mengolahnya menjadi cemilan yang gurih dan renyah. Meski hanya bagian ekor, bahan baku ini tidak selalu mudah didapatkan. Keberadaan bare sangat tergantung pada kondisi air laut. Saat air laut dalam keadaan "mati", bare sulit ditemukan. Sebaliknya, saat air pasang besar, hewan ini bisa lebih mudah ditemukan karena biasanya bersembunyi di bawah pasir.

Proses pencarian bare juga berbeda dengan menangkap ikan oleh nelayan. Para pencari bare biasanya pergi ke pantai saat air surut dan menggunakan sekop untuk menggali pasir. Saat pasir dibalik, bare yang tersembunyi akan terlihat. Penggunaan alat seperti cangkul justru tidak efektif, karena sebelum pasir terbalik, bare bisa lebih dulu melarikan diri karena hewan ini dikenal sangat lincah. Sementara dengan sekop yang didorong menggunakan kaki lalu langsung dibalik, bare lebih mudah ditangkap. Secara bentuk, bare mirip dengan kerang, namun cangkangnya tidak sekeras kerang dan memiliki bagian ekor yang menjuntai berwarna putih. Ekor inilah yang jarang dimanfaatkan oleh masyarakat. Melihat hal tersebut, UMKM WNB berinisiatif mengolahnya menjadi produk camilan kreatif dan bernilai jual tinggi yaitu Ekor Bare Crispy.

Selain sebagai bentuk inovasi, pengolahan ekor bare ini juga merupakan hasil dari pelatihan dan pendampingan oleh Pertamina, yang mendorong UMKM WNB untuk terus mengembangkan potensi hasil laut yang kurang dimanfaatkan. Menurut Buk Yuni, sangat disayangkan jika bagian ekor dari bare dibuang begitu saja saat dimasak. Dari situlah muncul ide untuk mengolahnya menjadi produk unik dan bernilai tambah tinggi

"Ekornya ini dijemur abis siap dibuang lumpurnya, terus digoreng gitukan, jadi terinspirasi dari situ, ini kalo dibumbuin pasti lebih enak ibuk pikir kek gitu, maka ibu cobak-cobak" (Buk Yuni, 55 Tahun)

4. Terasi Siap Saji Ori/Pedas



Produk satu ini diberi nama Terasi Siap Saji, penamaan tersebut karena terasi ini sudah bisa dikonsumsi langsung tanpa harus dimasak. Inspirasi pembuatan terasi siap saji ini bermula dari keresahan pihak Pertamina setiap hendak membawa belacan keluar daerah. Hal ini karena belacan memiliki bau yang menyengat dan sangat mengganggu apalagi dibawa untuk naik pesawat pasti tidak diperbolehkan.

“Waktu itu terinspirasi saya buat ini gini, ini memang dari orang Pertamina, dia gak mengajarin, dia cuma gini ‘buk kek mana ya buk ya terasi kita ini kalo kita bawa naik pesawat biar ga bau, karena kadang-kadang terasi ini ditendang loh buk, ga boleh, kadang udah diakal-akalin buk pake kopi supaya ga bau pesawat gitukan, kek mana ya buk’, jadi dari situ ibu berfikir-fikir kek mana lah gitukan terus ibu tepikir ‘apa dijadikan terasi kek bubuk langsung siap dimakan gitukan’ nah gitulah awalnya”. (Buk Yuni, 55 Tahun)

Berawal dari keresahan pihak Pertamina tersebut, Buk Yuni melakukan eksperimen terhadap belacan dengan mengolahnya menjadi bubuk. Pada percobaan awal, belacan mentah tidak melalui proses penjemuran, melainkan langsung disangrai dan dicampur dengan bumbu seperti cabai dan bawang putih. Namun, hasilnya kurang memuaskan rasa terasi bubuk tersebut justru pahit. Meski gagal, Buk Yuni tidak menyerah. Ia terus melakukan percobaan hingga akhirnya mendapatkan saran dari suaminya untuk menjemur belacan mentah terlebih dahulu selama 3–4 hari. Setelah benar-benar kering, belacan kemudian diblender hingga halus menjadi bubuk. Bubuk belacan ini lalu disangrai kembali dengan tambahan bumbu seperti bawang putih dan cabai. Pada percobaan kedua inilah rasa terasi bubuk sudah jauh lebih baik, tidak pahit dan memiliki aroma yang khas namun tidak menyengat. Dengan diolah menjadi bentuk bubuk, aroma menyengat dari belacan pun berkurang, dan produk menjadi lebih praktis serta higienis karena dikemas dalam botol tertutup rapat. Produk terasi bubuk ini dijual dengan harga Rp15.000 per botol.

5. Belacan Kepingan dan Balok



Belacan merupakan produk terlaris di usaha Buk Yuni, karena menjadi permintaan paling terbanyak dibandingkan produk lainnya. Setiap hari di waktu pagi, Pak Iwan (Suami Buk Yuni) sudah sibuk mengadoni belacan mentah dengan air lalu dicetak dengan bulatan kecil yang menjadi andalannya. Mencetaknya satu per satu dengan telaten adalah pekerjaan Pak Iwan sekarang dalam usaha mendukung bisnis istrinya. Untuk belacan keping ini harus dicetak dengan setipis mungkin supaya cukup saat masuk ke box thin wall sebanyak 25 pcs per boxnya.

Setelah dicetak lalu belacan disusun diatas nampan kemudian dijemur seharian, saat sore hari baru diangkat, dan dibungkus ke dalam plastik transparan. Untuk satu keping belacan berat nya mencapai 16 gram dan diameter 5 mm, dengan harga 1.000 rupiah, jika disatukan dalam satu box maka harganya 20.000 isi 25 Pcs. Sedangkan belacan dalam thinwall kecil 10.000 beratnya 2 ons setengah, serta belacan dalam thinwall besar dibanderol dengan harga 15.000, yang beratnya mencapai 4 ons

setengah.

Proses pemasaran yang dilakukan oleh Buk Yuni untuk bisnis pribadinya ini adalah melalui Via Story Whatsapp dan diecer langsung ke berbagai warung serta selalu ready di talase kedai depan rumahnya. Omset Buk Yuni sangat signifikan naik, karena penjualan belacan, sedangkan produk lain hanya sebagai sampingan saja yang jarang diproduksi dan dibeli orang. Adapun jumlah omset Buk Yuni dari belacan mencapai angka 4.000.000 sebulan, kadang bisa lebih atau kurang. Selain itu untuk belacannya sendiri sebenarnya tidak diproduksi langsung oleh Buk Yuni, dimana ia hanya mencetak lalu memasarkannya. Sementara yang melakukan produksi belacan ini adalah Buk Lina yang menjadi anggota Buk Yuni khusus dalam urusan belacan.

d. Perluasan pemasaran produk UMKM WNB secara offline melalui bazar-bazar

Selain pelatihan dan pendampingan pembuatan produk, Pertamina juga memfasilitasi UMKM WNB dalam aktivitas-aktivitas pemasaran secara offline melalui berbagai kegiatan expo dan bazar. Tapi selain dari pihak Pertamina, kelompok juga aktif dan punya relasi dengan dinas sehingga mereka sering ikut dalam kegiatan sosialisasi tentang UMKM. Berikut dipaparkan apa saja kegiatan yang telah diikuti oleh kelompok UMKM WNB.

1. Mobile Intellectual Clinic & Legal Expo Serta Penandatanganan MOU dan PKS



Dokumentasi ini merupakan kegiatan Sosialisasi dan Bazar yang diikuti oleh UMKM WNB yang dilaksanakan di Alun-Alun Kabupaten Langkat Stabat

2. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Sumber Daya Mineral Provinsi Sumatera Utara (Bimbingan Tekhnis Pembuatan Foto, Video dan Desain Kemasan Produk Dalam Rangka Digitalisasi Pemasaran.



Dokumentasi ini merupakan acara sosialisasi yang diikuti oleh UMKM WNB saat digelar oleh Desperindag Sumut dan berlangsung di Hotel Sakura Medan. Kegiatannya adalah tentang cara pembuatan foto, video dan desain produk.

3. Sosialisasi Intensifikasi dan Diversifikasi Produk dalam Rangka Program Pengembangan dan Pemberdayaan Koperasi dan UKM



Dokumentasi ini merupakan acara sosialisasi yang diikuti oleh UMKM WNB saat digelar oleh Dinas Koperasi di Hotel Grand Stabat.

4. Pameran



Dokumentasi ini menunjukkan saat Buk Yuni sebagai salah satu pelaku UMKM di Kabupaten Langkat diundang pada pameran ICE Tangerang mewakili Sumatera Utara.

5. Pameran



Dokumentasi ini merupakan acara pameran yang digelar oleh Pertamina pada Oktober tahun 2023 di Hotel Adi Mulya, khusus dari Pangkalan Susu Buk Yuni dari UMKM WNB mewakili kelompok untuk bertemu dengan binaan Pertamina di seluruh Sumatera Utara.

6. Stand



Dokumentasi ini menunjukkan momen saat Buk Yuni diajak pameran oleh Syahbandar Pangkalan Susu di Petro Ria Pangkalan Susu.

Rangkaian dokumentasi diatas memperlihatkan bahwa UMKM WNB tidak hanya fokus pada produksi, tetapi juga aktif memperluas pemasaran melalui sosialisasi, pelatihan, serta pameran yang difasilitasi dinas maupun Pertamina, bahkan hingga tingkat nasional di ICE Tangerang. Dari keterlibatan itu, mereka memperoleh banyak manfaat, seperti peningkatan pengetahuan/kapasitas di bidang digitalisasi pemasaran, desain produk, dan fotografi, sekaligus memperluas jejaring dengan berbagai instansi dan pelaku usaha. Lebih dari itu, kesempatan tampil langsung di bazar dan pameran memberi ruang promosi, membangun kepercayaan diri, serta menjadi bukti nyata proses tumbuh dan berkembangnya UMKM WNB menuju usaha yang lebih mandiri, kreatif, dan berdaya saing.

Berangkat dari perjalanan mengikuti berbagai sosialisasi, pelatihan, dan pameran, kelompok UMKM WNB memperoleh tambahan relasi yang dalam konsep modal sosial disebut bridging. Sementara itu, hubungan kelompok UMKM WNB dengan pihak Pertamina maupun dinas-dinas terkait dapat dikategorikan sebagai modal sosial linking. Menariknya, selama wawancara peneliti menemukan bahwa modal sosial linking terbukti menjadi titik penting, khususnya melalui relasi personal ketua UMKM WNB dengan pejabat dinas untuk dapat memfasilitasi undangan ke berbagai acara;

"Dulu ibu sering ikut-ikutan kegiatan, sekarang aja udah gada lagi, entah kenapa ga tau ibu, ini dulu kami pernah sosialisasi, sekarang kami udah jarang dilibatkan lagi, mungkin gini ya, satu yang udah kenal-kenal sama ibuk di kantor-kantor dinas itu, dia dah pindah kadang, orang itu kan sering gitu kan, nanti entah mutasi kemana gitu kan, udah gada disitu, jadi ibuk udah kehilangan kontak, cuman waktu di pameran yakan, ada juga ibu jumpa ke DISPERINDAG, terus ibu bilang "ih ibu ini kemana ibuk bilqis" terus mereka jawab "ih ibu udah pindah ibuk bilqis". Terus ibu bilang lagi, masih ingat gak sama ibu, ingatlah buk, tapi kan namanya gak akrab yakan, jadi gak diitunya (diundang)." (Buk Yuni, 55 Tahun)

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa keterlibatan kelompok dalam kegiatan sosialisasi dan pameran sangat tergantung pada relasi personal dengan pihak dinas atau penyelenggara. Jaringan yang terbentuk selama kegiatan menjadi jembatan untuk akses di masa depan. Namun ketika staf yang dikenal berpindah, modal sosial dari aspek linking mereka ikut terputus sehingga hilang kesempatan undangan acara.

Padahal dalam konteks pemasaran jalur pameran, penelitian terbaru menegaskan bahwa baik virtual pameran maupun pameran fisik bukan hanya media promosi produk, tetapi juga sarana penting dalam memperluas jejaring usaha dan meningkatkan kapasitas inovasi produk. Studi terdahulu dari Mulianingsih et al., (2022) menemukan bahwa virtual pameran ditambah inovasi produk secara simultan terbukti meningkatkan minat beli konsumen UMKM. Oleh karena itu, penting bagi

kelompok UMKM WNB untuk kembali aktif terlibat dalam berbagai kegiatan agar dapat menjaga keberlanjutan jaringan sekaligus memperkuat posisi usahanya.

C. Hambatan-Hambatan di kelompok UMKM Wanita Nelayan Berkarya

UMKM sebagai ruang dan tempat usaha untuk mencurahkan segala ide agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Tapi dalam perkembangannya juga, sebuah UMKM tidak jauh dari kondisi dimana ia mengalami berbagai hambatan. Berbagai literatur terdahulu menyebutkan bahwa hambatan paling utama ditemukan oleh UMKM adalah kurangnya modal (Tambunan, 2021). Begitu juga dengan UMKM WNB, sebagai kelompok UMKM yang tergolong sudah lama bertahan, tentu dalam perkembangannya mengalami hambatan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti menemukan beberapa hambatan yang dihadapi oleh para perempuan pesisir di UMKM Wanita Nelayan Berkarya adalah sebagai berikut:

1. Lemahnya Pemasaran secara Digital

Sistem pemasaran UMKM Wanita Nelayan Berkarya (WNB) masih bersifat tradisional, seperti dari mulut ke mulut dan bazar, sehingga jangkauan penjualan sangat terbatas. Meski telah mengikuti pelatihan digital, para anggota belum mampu menerapkan pemasaran online secara efektif karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknologi.

"Tantangan itu di pemasaran, ibu pengennya masuk kemana-mana... ibu gak ngerti cara-caranya... taunya ibu cuma ngolah." (Buk Yuni, 55 tahun)

"Sekarang udah pake hape, ibuk gak pande, ribet... nengok TikTok aja udah lalai kerja di dapur." (Buk Hamidah, 59 tahun)

"Nak masuk ke sini apa yang mau dimasukkan, kek mana mau di Shopee... diajarin pertama bisa. abis tu lupa" (Buk Rosnida, 54 tahun)

Hasil wawancara menunjukkan rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama dalam mengakses media sosial dan platform e-commerce. Faktor usia, cepat lupa, serta minimnya kepercayaan diri membuat mereka enggan menggunakan perangkat digital. Maka, diperlukan pelatihan yang lebih intensif dan aplikatif, serta dukungan dari pihak eksternal seperti generasi muda yang bisa mendampingi langsung penerapan teknologi dalam aktivitas usaha mereka.

2. Anggota mempunyai kesibukan lain diluar kelompok dan konflik internal

Lambatnya pemasaran dan minimnya hasil membuat beberapa anggota UMKM WNB memilih mencari penghasilan di luar kelompok. Usaha bersama ini hanya aktif jika ada pesanan besar, itu pun dikerjakan dengan sistem upah. Kondisi ini menyebabkan aktivitas kelompok tidak stabil dan bergantung pada situasi.

"Kadang-kadang gak jalan juga karena masing-masing ada kegiatan di rumah... anak kita mau sekolah, mana bisa makan kalo kita harap dari situ ajakan." (Rosnah)

Banyak anggota menghadapi beban ganda sebagai ibu rumah tangga, sehingga ketika kegiatan kelompok tidak menjanjikan secara ekonomi, maka prioritas mereka beralih. Selain itu ketimpangan partisipasi juga dapat menimbulkan rasa kecewa dan ketidakadilan di antara anggota.

"Ada yang gak dateng, jadi yang datang itu ngiri 'ah aku-aku aja yang datang, udahlah ak ga mau datang lagi." (Buk Yuni, 55 tahun)

Konflik muncul saat hanya segelintir orang yang aktif, sementara yang lain pasif atau memilih membangun usaha sendiri. Kurangnya sistem manajemen yang jelas dalam pembagian tugas, hasil, dan tanggung jawab memperburuk situasi. Kegiatan kelompok pun mulai kehilangan arah dan solidaritasnya melemah. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak adanya sistem pengelolaan yang jelas dan adil dapat

memicu konflik internal yang berkepanjangan. Rasa iri dari anggota pasif kepada anggota aktif seharusnya bisa dicegah jika sejak awal ada aturan main yang disepakati bersama, termasuk konsekuensi atas ketidakhadiran atau ketidakaktifan. Oleh karena itu, pendampingan dalam aspek manajemen kelompok, penguatan komunikasi, serta pembentukan struktur organisasi yang demokratis sangat penting agar UMKM WNB dapat tumbuh sebagai usaha kolektif yang berkelanjutan.

D. Dampak Tripple Bottom Line (Ekonomi, Sosial dan Lingkungan) di UMKM Kelompok Wanita Nelayan Berkarya

Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pertamina di Pangkalan Susu melalui pendampingan terhadap Kelompok Wanita Nelayan Berkarya (WNB) telah memberikan berbagai dampak yang signifikan, terutama dalam aspek ekonomi dan sosial masyarakat. Meskipun tantangan masih dihadapi, sebagian besar anggota kelompok merasakan perubahan dalam kehidupan mereka setelah menjadi mitra binaan. Dalam konteks ini peneliti mengaitkan dampak ini dengan konsep triple bottom line (TBL) oleh Elkington yang menyebutkan bahwa ada tiga istilah yaitu economy prosperity (nilai harta kekayaan ekonomi), environmental quality (kualitas lingkungan hidup), dan social justice (keadaan sosial), atau biasa dikenal dengan istilah people, profit dan planet. Konsep TBL diterapkan guna menyeimbangi sisi sosial, ekonomi, dan lingkungan (Lumi et al., 2023)

1. Aspek Ekonomi

Salah Satu tujuan Pertamina EP Pangkalan Susu melakukan pemberdayaan kepada kelompok UMKM WNB adalah untuk meningkatkan ekonomi keluarga nelayan melalui perempuan agak tidak terlalu bergantung kepada pendapatan suami. Sejauh ini, tujuan mereka tercapai, dimana terjadinya perubahan signifikan peningkatan ketua UMKM yaitu Buk Yuni.

“Kalo omset ibu bilang, karena dari belacan ibu dapat perbulan dah menghabiskan belacan bisa 100 kilo itu sekitar duetnya 2.500.000 kalo ibuk udah jadi kan yang tadi masih belacan ya kan, tapi kalo ibu dah jadi ibu jual gitu bisa jadi sekitar 3.500.000 jadi dari belacan itu sebulan ibu bisalah dapat satu juta. Hasil yang ibuk dapatkan ini ibu manfaatkan terutama untuk kebutuhan pokok sehari-hari yakan, karena kan ibuk kebutuhan pokok itu gada dari yang lain. Bapak pun bukan bekerja yakan, gadak makan gaji, yaudahlah dari situ semua lah, untuk kebutuhan pokok, anak-anak sekolah yakan, terus sikit-sikit ya ibu adalah untuk ngumpul modal yakan” (Buk Yuni, 55 Tahun)

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat dipahami bahwa program pemberdayaan UMKM yang dilakukan Pertamina EP Pangkalan Susu telah memberikan dampak nyata terhadap aspek ekonomi dalam konsep Triple Bottom Line (TBL), khususnya pada dimensi economic prosperity. Melalui usaha olahan hasil laut seperti udang kecepe menjadi belacan, Buk Yuni sebagai ketua UMKM berhasil meningkatkan pendapatan keluarga secara signifikan. Dari semula tidak memiliki penghasilan tetap akibat suami yang tidak bekerja, kini ia mampu menghasilkan omset sekitar Rp 3.500.000 per bulan, dengan keuntungan bersih sekitar Rp 1.000.000.

Pendapatan ini menjadi sumber utama dalam memenuhi kebutuhan pokok, biaya pendidikan anak, serta modal usaha. Peningkatan pendapatan ini menunjukkan adanya pergeseran peran perempuan sebagai penggerak ekonomi rumah tangga, yang sebelumnya sangat bergantung pada pendapatan suami. Hal ini mencerminkan keberhasilan pendekatan CSR dalam menciptakan kemandirian finansial dan mendorong ekonomi lokal yang berkelanjutan. Program ini juga memperkuat struktur ekonomi keluarga melalui diversifikasi sumber penghasilan dan pengelolaan usaha

mikro berbasis potensi lokal. Dengan demikian, dampak ekonomi dari program CSR ini selaras dengan prinsip TBL, yakni menciptakan nilai ekonomi jangka panjang yang inklusif dan berkelanjutan.

Dampak ekonomi juga dirasakan oleh masyarakat sekitar. Penjual tiram, pembuat belacan, dan pengopek daging kepiting ikut terlibat dalam rantai pasok UMKM ini. Bahkan, dalam sistem kepercayaan informal (bonding sosial), beberapa warga bisa meminjam uang kepada Buk Yuni untuk kebutuhan produksi dan mengembalikannya dalam bentuk bahan baku, seperti belacan atau daging kepiting bahkan terdapatnya indikasi patron klien antara hubungan Buk Yuni dengan beberapa pemasok barang dari hasil laut. Meski demikian, sebagian anggota seperti Buk Hamidah belum merasakan dampak ekonomi secara langsung karena keterbatasan alat dan modal.

“Kalo duet gak seberapa dapatnya, cuma kita kalo ada modal, bisa kita buat entah anak kita minta ajarin. Enggak banyak ku rasa kalo dikasinya (pertamina) satu juta aja tau aku nempat kannya” (Buk Hamidah, 59 Tahun).

“Kalo dari pendapatan misal kita kerja dikasih, kadang kalo ada kerjaan tapi karena ibuk ada jahit jadinya gak ikot ibuk terus ibuk bilang kasih aja sama buk rosnita karena dia membutuhkan apalagi dia janda, kalo ibukkan ada jahit sikit-sikit gak sempat ibuk, tapi kalo ibuk sempat ibuk mau ibuk kerjain, nanti dapat uangnya ibuk belanjakan untuk menambah ekonomi keluarganya.”(Buk Rosnida, 54 Tahun).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat dipahami bahwa, dampak ekonomi dari program CSR Pertamina melalui UMKM WNB masih belum merata dirasakan oleh seluruh anggota kelompok. Meskipun ketua UMKM, Buk Yuni, mengalami peningkatan signifikan dalam pendapatan dan kesejahteraan keluarga, sebagian besar anggota lainnya belum mendapatkan manfaat ekonomi yang berarti. Keterbatasan alat produksi dan modal menjadi hambatan utama bagi anggota untuk mandiri secara ekonomi. Alat produksi yang terpusat di rumah ketua membuat anggota merasa segan dan pasif, serta hanya dilibatkan saat ada pesanan besar yang membutuhkan tenaga tambahan. Dalam kondisi normal, kegiatan usaha dijalankan sendiri oleh ketua, sementara anggota hanya sesekali menerima upah kerja. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang dilakukan masih berpusat pada individu dan belum sepenuhnya bertransformasi menjadi usaha kolektif yang inklusif. Jika merujuk pada prinsip economic prosperity dalam konsep TBL, keberlanjutan ekonomi tidak hanya dilihat dari capaian individu, tetapi juga dari sejauh mana manfaat ekonomi dapat dirasakan secara adil oleh seluruh anggota kelompok. Ketimpangan ini dapat menghambat terciptanya daya ungkit ekonomi kelompok secara keseluruhan. Oleh karena itu, untuk mewujudkan keberlanjutan ekonomi dalam skala komunitas, dibutuhkan strategi yang lebih inklusif seperti pemerataan akses alat produksi, bantuan modal usaha mikro, dan penguatan kapasitas kewirausahaan bagi seluruh anggota UMKM WNB.

2. Aspek Sosial

Secara sosial, program ini meningkatkan rasa percaya diri dan solidaritas antar anggota. Wawasan dan pengetahuan mereka bertambah, bukan hanya dalam hal produksi, tetapi juga dalam cara pemasaran dan kerja kelompok. Beberapa ibu-ibu kelompok mulai dikenal di masyarakat luar dan mendapat relasi baru melalui kegiatan kelompok. Kegiatan ini juga menjadi sarana pemberdayaan perempuan di lingkungan pesisir, yang sebelumnya terbatas pada aktivitas domestik. Namun, keterbatasan dalam mengakses teknologi digital seperti penggunaan media sosial dan aplikasi komunikasi menjadi kendala bagi sebagian anggota lanjut usia.

Lebih dari itu, modal sosial juga terlihat sangat kuat di antara para perempuan di Kelurahan Beras Basah, khususnya di Gang Titi Batu Satu Lingkungan 9. Modal sosial selama ini kerap diposisikan sebagai salah satu indikator utama keberhasilan program pemberdayaan masyarakat. Namun, temuan penelitian ini justru menunjukkan bahwa modal sosial yang kuat tidak selalu berdampak langsung terhadap keberhasilan ekonomi kelompok. Sebaliknya, bagi sebagian penerima manfaat, modal sosial lebih dipahami sebagai sarana memperkuat solidaritas sosial dan kebersamaan, bukan semata-mata alat pencapaian ekonomi.

Seperti yang diungkapkan oleh salah satu anggota kelompok:

"Ya enaknye rame-rame kerja sama enak, ketawa-ketawa kita, senang gitu kalok gabung. Karena sekarang gak jalan kali usaha tadi ya ambil prinsip, kapan datang penyuluhan dari ini baru gabung gitu. Gada istilah sekedar pembayaran gitu gadak, yang penting makan sama-sama berkumpul, kalo di rumahkan suntuk juga kita. Kalo ada kelompok itu enak happy-happy gitu kan bekerjasama kita sama kawan, tapi gak jalan mau gimanalah kan dek" (Buk Rosnida, 54 Tahun).

"Iya enak, kita ketawa-ketawa, enak sebenarnya usaha gitu sama kawan, gadapat duet gapapa asal kumpul rame-rame, enak emang." (Buk Rosnah).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut terlihat bahwa, dampak sosial dari program pemberdayaan melalui UMKM WNB lebih menonjol dalam bentuk penguatan relasi sosial, solidaritas, dan rasa kebersamaan antaranggota dibandingkan peningkatan kesejahteraan ekonomi kolektif. Kehadiran kelompok ini memberikan ruang bagi para perempuan untuk saling berinteraksi, berbagi cerita, serta keluar dari rutinitas domestik yang cenderung membatasi. Kegiatan produksi bersama, meski tidak berlangsung secara rutin, menjadi momen penting bagi para anggota untuk merasa dihargai, didengar, dan terlibat dalam kegiatan bermakna secara sosial.

Fenomena ini menunjukkan bahwa modal sosial yang terbangun melalui kedekatan emosional, kerja sama, dan rasa kekeluargaan memiliki nilai intrinsik dalam pemberdayaan masyarakat pesisir. Meskipun belum berdampak signifikan pada pencapaian ekonomi kolektif, kehadiran ruang sosial ini menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan suportif bagi perempuan. Dalam kerangka Triple Bottom Line, aspek social justice tidak semata dilihat dari distribusi ekonomi, tetapi juga dari kemampuan suatu program untuk membangun komunitas yang saling mendukung, memperkuat peran sosial perempuan, serta menciptakan rasa memiliki dalam sebuah kelompok kerja yang lebih luas.

Selain itu karena UMKM WNB sudah punya nama atau branding di masyarakat akan keberadaannya, maka mereka sering diundang oleh dinas-dinas untuk mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, bazar dan sebagainya. Hal itu mendukung mereka untuk mendapatkan kesempatan menjalin relasi dengan UMKM lain. Contohnya ketika ketika UMKM Mangrove Peduli Pesisir sedang mengadakan pameran ditempatnya, dan mengundang UMKM WNB untuk menggelar produknya disana. Hal ini menunjukkan betapa kuatnya modal sosial antar UMKM yang terjadi di Kelurahan Beras Basah dalam mendukung sesamanya. Bahkan untuk di tingkat Dinas, Buk Yuni sudah sering kali mengadakan pameran atas undangan dari orang dinas. Terakhir kali Buk Yuni pernah pameran disuruh orang Syahbandar. Buk Yuni mengaku senang sekali jika ada pameran atau sosialisasi, karena dari situ dia dapat membangun relasi dengan UMKM lain yang berpotensi di lain waktu bisa saling kerjasama, serta jadi ajang memperkenalkan produknya ke orang luar juga. Bahkan untuk kerjasama dalam bentuk belajar bersama, UMKM WNB pernah diajak pertama untuk mendatangi UMKM Tambak Udang yang berada di Bukit Kerunci. Saat itu UMKM WNB belajar cara

buat kerupuk udang dengan UMKM tambak udang tersebut.

3. Aspek Lingkungan

Dalam perspektif lingkungan, kelompok UMKM WNB telah menunjukkan kontribusi terhadap pengelolaan sumber daya alam dan pengurangan limbah perairan. Hal ini tercermin dari inovasi mereka dalam memanfaatkan ikan kekek yang sebelumnya dianggap sebagai ikan sisa dan sering dibuang ke laut sehingga berpotensi mencemari ekosistem. Melalui kreativitas kelompok, ikan kekek yang tidak memiliki nilai jual diolah menjadi produk ikan kekek crispy yang tidak hanya bernilai ekonomis tetapi juga berperan penting dalam mengurangi pencemaran lingkungan.

Selain itu, praktik pemberdayaan ini turut mendorong pemanfaatan hasil laut lokal secara berkelanjutan. Para ibu-ibu anggota kelompok mengolah sumber daya yang tersedia di sekitar pesisir tanpa mengeksploitasi berlebihan, sehingga mendukung prinsip kelestarian lingkungan sekaligus mengoptimalkan potensi daerah. Tidak hanya itu, UMKM WNB juga mengolah limbah lain seperti daging kepiting BS (sortiran) yang sebelumnya dibuang. Upaya ini berdampak ganda dimana bisa mengurangi limbah organik laut yang berisiko mencemari perairan sekaligus membuka peluang usaha baru bagi masyarakat, seperti yang dialami Buk Zaenab yang kini beralih profesi dari penjual jajanan anak-anak menjadi pengoprek daging kepiting.

Dengan demikian, inovasi kelompok UMKM WNB dalam memanfaatkan hasil laut yang semula terbuang membuktikan bahwa aspek lingkungan dari teori TBL dapat berjalan seiring dengan penciptaan nilai ekonomi dan sosial. Praktik ini bukan hanya menjaga keberlanjutan ekosistem perairan, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan lingkungan berbasis kearifan lokal.

KESIMPULAN

Program pemberdayaan yang dijalankan oleh Pertamina EP Pangkalan Susu Field terhadap kelompok Wanita Nelayan Berkarya di Kelurahan Beras Basah telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas individu dan kelompok, dimana bertambahnya pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri perempuan pesisir dalam mengolah hasil laut menjadi produk bernilai jual. Olahan tersebut diwujudkan melalui berbagai produk inovatif seperti ikan kekek crispy, stik seafood, ekor bare crispy, dan terasi siap saji. Melalui pelatihan dan pendampingan, anggota UMKM tidak hanya belajar produksi, tetapi juga pemasaran dan kerja kelompok. Ini berdampak langsung pada aspek Triple Bottom Line: secara ekonomi, mereka memperoleh tambahan penghasilan; secara sosial, terbentuk solidaritas, peran perempuan makin diakui, dan rasa percaya diri meningkat; sementara secara lingkungan, memanfaatkan sumber daya laut dan limbah hasil laut yang sebelumnya tidak termanfaatkan kini diolah menjadi produk, sehingga turut mendukung keberlanjutan. Namun masih terdapat kendala seperti ketergantungan pada ketua kelompok, keterbatasan literasi digital, serta belum meratanya manfaat program bagi semua anggota. Oleh karena itu, keberlanjutan usaha memerlukan penguatan kapasitas kolektif dan strategi partisipatif yang lebih inklusif.

Saran:

1. Diperlukan penguatan pelatihan literasi digital dan manajemen usaha untuk seluruh anggota kelompok agar dapat terlibat lebih aktif dan mandiri.
2. Perlu dibangun sistem kerja kelompok yang lebih transparan dan merata dalam pembagian peran dan hasil, guna mendorong keberlanjutan dan rasa memiliki secara bersama.

REFERENSI

- Alfiah, Mustakim, Naskah, Nuryanti, & Salmiah. (2020). Kontribusi Perempuan terhadap Ketahanan Keluarga pada Masyarakat Nelayan Pesisir Pantai Bengkalis. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 19(1), 92. <https://doi.org/10.24014/marwah.v19i1.9633>
- Ali, A. A. (2020). Identifikasi dan Pemberdayaan Masyarakat Miskin Nelayan Tradisional. *PONDASI*, 25. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/pondasi.v25i1.13035>
- Awalia, H., Nasrullah, A., Hilmi, F., & Studi Sosiologi, P. (2023). *PENINGKATAN KAPASITAS PEREMPUAN PESISIR DI PANTAI CEMARA KABUPATEN LOMBOK BARAasT*. 6(3). <https://doi.org/10.36257/apts.vxix>
- BPS Kabupaten Langkat. (2023). *Kecamatan Pangkalan Susu dalam Angka*.
- Faletehan, A. F., Muchammad Firman Maulidin, & Ahmad Khairul Hakim. (2022). Studi Kualitatif tentang Jebakan Kemiskinan pada Masyarakat Pesisir di Pasuruan, Jawa Timur. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 8(1), 73-82. <https://doi.org/10.15578/marina.v8i1.10960>
- Fatima, A. do C., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. (2023). Perilaku Kerja Proaktif dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3544. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.4606>
- Hafizah, Q. (2025). Fakta Luas Laut Indonesia Tiga Kali Lipat Daratannya. *RRI.Co.Id*.
- Hamdani, F., Vina, P., & Shandy, A. (2025). Digitalisasi dan Kepemimpinan UMKM Pesisir untuk Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan. *Abdi Daya Ku: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1, 21-28.
- Haryono, B. S., Sumartono, Soesilo Zauhar, & Bambang Supriyono. (2012). *Capacity Building*. Universitas Brawijaya Press.
- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Jurnal Studi Manajemen*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/kompetensi.v9i2.1702>
- Kabupaten Langkat dalam Rangka. (2024). *Kabupaten Langkat dalam Angka 2024 (Vol. 17)*.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. (2009, August 4). *Kapal Survei Geomarin III sebagai Sebuah Jawaban*. Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral.
- Lumi, C. A., Riane Johnly Pio, & Wehelmina Rumawas. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line pada PT Bank SulutGo. *Produktivitas*, 4(4). <https://doi.org/https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/48261>
- Mulianingsih, S., Dessy Hutajulu, & Rini Wahyuningroem. (2022). Analisis Pengaruh Virtual Expo dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk UMKM Mapan Kuliner Depok. *Jurnal Sosial Dan Teknologi*, 2(4), 206-211. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i3.305>
- Nainggolan, H. L., Johndikson Aritonang, Albina Ginting, Maria R. Sihotang, & Memo Alta Putra Gea. (2020). Analisis dan Strategi Peningkatan Pendapatan Nelayan Tradisional di Kawasan Pesisir Kabupaten Serdang Bedagai Sumatera Utara. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 16(2), 237-256. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v16i2.9969>
- Najib, M. A., Siti Nurjannah, & I Dewa Made Satya Parama. (2024). Menyingkap Kemiskinan Pada Masyarakat Pesisir di Desa Kuranji di Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Sosiologi*, 2.
- Parawangsa, R., & Indra Lestari. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Semen Tonasa dalam Pemberdayaan Kelompok Usaha Perempuan di Wilayah Pesisir Desa Bulu Cindea Kabupaten Pangkep Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.746>
- Pertamina EP Pangkalan Susu Field. (2023). *Dokumen Implementasi Program Community Development/ Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Wanita Nelayan Berkarya*.
- Probo, E. (2017). *Implementasi Kebijakan Tanggung Jawab Sosial pada Industri Hulu Minyak dan Gas Bumi (Studi Pada Saka Indonesia Pangkah Limited Di Kabupaten Gresik*

- Jawa Timur). <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/68309>
- Sabilla, D. P., Lesti Heriyanti, & Ledyawati Djakfar. (2024). Peran Perempuan Pesisir Dalam Mendukung Ekonomi Keluarga Nelayan: Studi di Malabero, Teluk Segara, Bengkulu. *Community Pengawas Dinamika Sosial*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35308/jcpds.v10i2.9986>
- Sexton, D. (2024). Mengatasi Kemiskinan pada Masyarakat Pesisir. *PAIR (Kemitraan Riset Australia-Indonesia)*.
- Spradley, J. (1997). *Metode Etnografi* (Pertama). PT Tiara Wacana Yogya.
- Syakra, R. (2003). Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.14203/jmb.v5i1.256>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. PRENADA.
- Utami, A. C., Javas Yola Bhagawanta, Adhitya Frahmadiyah, & Sri Mamik Arikandi. (2025). Praktik Pemberdayaan Perempuan Pesisir Melalui Program CSR PLN Nusantara Power UP Paiton. *Jurnal Program Studi Pendidikan Masyarakat*, 6(2), 637–645. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/lv.v6i2.5433>
- Wulandari, N. D. T. I. M. I. H. (2022). Analisis Gender Peran Perempuan Pesisir pada Ketahanan Keluarga di Desa Puger Kulon Kabupaten Jember. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 7(1). <https://doi.org/10.37058/jpls.v7i1>