

PENDAMPINGAN LITERASI KEUANGAN DAN PEMASARAN MENJADI *ENTREPRENEUR* MARITIM PADA NELAYAN TANGKAP TANJUNG SEBAUK TANJUNGPINANG

Kiki Wulandari¹, Iranita^{2*}, Abdul Jalal³, Bunga Paramita⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji
Jl. Raya Dompok, Dompok, Kec. Bukit Bestari, Kota Tanjung Pinang, Indonesia

Kikiwulandari92@umrah.ac.id¹, iranita@umrah.ac.id^{2*}, abduljalal@umrah.ac.id³,

Bungaparamita@umrah.ac.id⁴

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

This Community Service activity focuses on optimizing catches and financial management, including: socialization of seafood processing, digital marketing training, and financial management literacy assistance with the aim of improving the economic welfare of capture fishermen in Tanjung Sebauk, Tanjungpinang. Through this approach, it is expected to increase the income of fishermen and encourage the economic independence of coastal communities. The method used is a socialization program and direct assistance to capture fishermen, focusing on the use of social media as a marketing platform and the application of simple financial management principles. Data were obtained through observation, interviews, and documentation of activities. The results of this activity show an increase in fishermen's income after participating in the program, which is due to the expansion of market reach and better financial management. In conclusion, this mentoring program proved effective in empowering capture fishermen and encouraging them to become maritime entrepreneurs. However, support from all parties is needed to ensure the sustainability of the program and changes in fishermen's behavior in the long run.

Keywords: : fishermen empowerment, financial literacy, marketing innovation.

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berfokus pada optimalisasi hasil tangkapan dan pengelolaan keuangan, meliputi: sosialisasi pengolahan produk berbahan dasar laut, pelatihan pemasaran digital, dan pendampingan literasi manajemen keuangan dengan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi nelayan tangkap di Tanjung Sebauk, Tanjungpinang. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan nelayan dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat pesisir. Metode yang digunakan adalah program sosialisasi dan pendampingan langsung kepada nelayan tangkap, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai platform pemasaran dan penerapan prinsip-prinsip manajemen keuangan sederhana. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kegiatan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pendapatan nelayan setelah mengikuti program, yang disebabkan adanya perluasan jangkauan pasar dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Kesimpulannya, program pendampingan ini terbukti efektif dalam memberdayakan nelayan tangkap dan mendorong mereka menjadi entrepreneur maritim. Namun, diperlukan dukungan semua pihak untuk memastikan keberlanjutan program dan perubahan perilaku nelayan dalam jangka panjang.

Kata kunci: pemberdayaan nelayan, literasi keuangan, inovasi pemasaran.

PENDAHULUAN

Kepulauan Riau adalah provinsi yang sebagian daerahnya terdiri dari lautan, hanya

sebagian kecil daratan, dan rata-rata masyarakatnya tinggal di pesisir, salah satunya adalah Tanjung Sebauk, Kotamadya Tanjungpinang, yang merupakan daerah bagi kumpulan nelayan

tangkap yang hidupnya bergantung pada hasil laut. Namun, di balik jerih payah mereka mengarungi lautan, terdapat tantangan besar yang menghambat peningkatan taraf hidup. Dua aspek krusial, yaitu pemasaran dan manajemen keuangan, menjadi batu sandungan yang menghalangi kemajuan para nelayan tangkap di Tanjung Sebauk.

Nelayan tangkap di Tanjung Sebauk, Tanjungpinang, telah lama bergelut dengan permasalahan ekonomi yang menghambat kesejahteraan mereka. Ketergantungan pada tengkulak membuat harga jual ikan menjadi rendah, sementara minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran dan literasi manajemen keuangan menyebabkan pendapatan yang diperoleh terbatas dan sulit dikelola untuk jangka panjang.

Permasalahan yang dihadapi oleh nelayan tangkap di Kampung Sebauk. Pertama, dalam hal pemasaran, nelayan Tanjung Sebauk terkendala oleh akses pasar yang terbatas. Umumnya, mereka menjual hasil tangkapan langsung ke pasar Tanjungpinang atau ke Senggarang dengan harga yang relatif rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif. Konsep-konsep pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar masih belum banyak diterapkan oleh para nelayan.

Hal yang sama dinyatakan bahwa nelayan tradisional kerap terjebak dalam pola pemasaran yang tidak menguntungkan. Mereka bergantung pada tengkulak sebagai perantara tunggal dalam menjual hasil tangkapan. Akibatnya, harga jual nelayan turun dibandingkan dengan harga jual di pasar konsumen [1].

Upaya ini akan mengajarkan kepada nelayan hasil tangkap lebih banyak tentang pemasaran digital, hal ini akan membantu mereka meningkatkan penjualan selain dengan ikan segar, sehingga memberi mereka kemampuan untuk mengikuti perkembangan yang terjadi di dunia untuk memanfaatkan pemasaran digital [2].

Kedua, dalam hal manajemen keuangan, nelayan Tanjung Sebauk belum memiliki kebiasaan untuk mencatat pengeluaran dan pendapatan secara tertib. Ketidaktahuan ini membuat mereka sulit untuk merencanakan keuangan jangka panjang dan membuat investasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan produktivitas usaha penangkapan ikan.

Melihat kondisi tersebut, kami terdorong untuk melakukan pengabdian masyarakat dengan tujuan meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup nelayan melalui optimalisasi pemasaran berbasis digital dan pengelolaan keuangan sederhana. Program ini fokus pada upaya

pemberdayaan nelayan tangkap agar mampu memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial, sebagai sarana pemasaran yang efektif. Selain itu, kami juga memberikan pendampingan terkait pengelolaan keuangan sederhana agar nelayan dapat merencanakan keuangan mereka dengan lebih baik.

Sebuah penelitian menegaskan pentingnya literasi keuangan bagi para nelayan. Mereka menemukan bahwa nelayan tradisional yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara efektif [3]. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, nelayan dapat mengalokasikan dana untuk perbaikan kapal, pembelian alat tangkap yang lebih modern, dan investasi lainnya yang dapat meningkatkan pendapatan mereka.

Rendahnya tingkat pendidikan menjadi faktor utama yang memperparah kedua permasalahan tersebut, yaitu pemasaran dan manajemen keuangan. Banyak nelayan di Tanjung Sebauk yang tidak memiliki pendidikan formal atau hanya memiliki pendidikan dasar. Hal ini membuat mereka kesulitan dalam memahami konsep-konsep pemasaran yang efektif dan pengelolaan keuangan yang baik.

Metode penerapan digunakan dalam kegiatan ini melalui pelatihan dan bimbingan. Metode ini bertujuan untuk memberikan pelaku usaha pengetahuan terutama nelayan tentang cara mengembangkan usahanya, yang pada gilirannya akan berdampak pada kesejahteraan [4].

Selanjutnya analisis situasi di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi mitra yaitu akses pasar yang terbatas dan tidak memiliki inovasi apapun, literasi ilmu tentang Manajemen keuangan yang lemah, rendahnya tingkat pendidikan, sehingga berakibat pada pendapatan nelayan yang tidak stabil, ketergantungan dengan Toke, dan keterbatasan pengetahuan dalam mengembangkan usaha sampingan agar hasil tangkap ikan tidak hanya dijual ke pasar tapi bisa diolah menjadi produk lain yang bernilai jual.

Tujuan Sosialisasi pada kegiatan pendampingan ini menitikberatkan pada bagaimana masyarakat nelayan yang ada di Tanjung Sebauk tergerak untuk mencoba beralih dari nelayan tradisional menjadi nelayan *entrepreneur* maritim yang bisa mengolah hasil ikan menjadi produk yang bernilai jual. Pentingnya untuk membantu nelayan dalam mengatasi permasalahan ini tidak dapat dipungkiri.

Melalui program ini manfaat yang diperoleh nelayan tangkap di Tanjung Sebauk adalah:

(1) Meningkatkan pendapatan

Dengan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial, nelayan dapat menjual hasil tangkapan mereka dengan harga yang lebih baik dan langsung kepada konsumen.

- (2) Memperoleh kemandirian
Nelayan tidak lagi bergantung pada tengkulak dan memiliki kendali yang lebih besar atas pendapatan mereka.
- (3) Meningkatkan kualitas hidup
Dengan pengelolaan keuangan yang baik, nelayan dapat memenuhi kebutuhan keluarga, menabung untuk masa depan, dan mengembangkan usaha perikanan mereka.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Pada kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Tanjung Sebauk Tanjungpinang Kepulauan Riau dapat dijelaskan kerangka pemecahan masalah dapat digunakan untuk melihat langkah-langkah pelaksanaan yang ditawarkan, kerangka tersebut ditunjukkan pada Gambar 1.

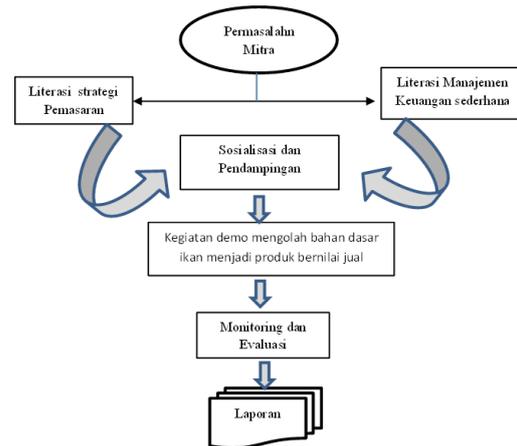


Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Gambar 1 menunjukkan tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dimana tahap awal adalah mengidentifikasi permasalahan yang ada di Kampung Sebauk, kemudian langkah berikutnya mencari solusi yang sesuai dengan situasi dan keadaan kampung sebauk, dan tahap selanjutnya adalah pelaksanaan dengan hasil yang diharapkan adanya peningkatan pemahaman mengenai pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, dapat menerapkan manajemen keuangan sederhana sebagai nelayan. Secara diagram langkah-langkah yang dijelaskan dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Pada sosialisasi dan pendampingan ini dilengkapi dengan demo mengolah bahan dasar ikan menjadi produk makanan yang bisa dijual dengan bentuk lainnya. Hasil kegiatan akan dilakukan monitoring dan evaluasi serta laporan yang menjadi bukti dilakukannya kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 2. Diagram Pendampingan dan Sosialisasi

Sedangkan partisipasi Mitra Pada Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Partisipasi Mitra

| Aktivitas yang dilakukan | Pelaksanaan Aktivitas | Kontribusi Mitra |
|--|--|------------------|
| Pemaparan materi/teori mengenai peningkatan kemampuan pemasaran nelayan tangkap | Kegiatan dilakukan dengan presentasi menyampaikan teori dan tanya jawab (60 menit) | Peserta |
| Pemaparan materi/teori mengenai bagaimana memperkuat ketahanan keuangan nelayan tangkap: sebuah pendekatan sederhana dan efektif | Kegiatan dilakukan dengan presentasi menyampaikan teori dan tanya jawab (60 menit) | Peserta |
| Praktikum bagaimana memanfaatkan hasil tangkap yang tidak dijual ke pasar menjadi produk yang bernilai jual | Kegiatan dilakukan dengan menyampaikan tutorial pembuatan tekwan | Peserta |

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nelayan merupakan orang-orang yang memainkan peran penting dalam menjaga ketahanan pangan dan ekonomi maritim negara. Kehidupan mereka penuh dengan dinamika dan tantangan, diwarnai dengan interaksi erat antara manusia dan lautan.

Kemiskinan menjadi ukuran untuk melihat tingkat kualitas sumber daya manusia yang dikategorikan buruk dalam masyarakat nelayan. Faktor-faktor dalam dan di luar masyarakat sangat erat terkait satu sama lain. Faktor internal dapat dilihat dari kebiasaan modern, cepat puas, tidak

berani mengambil resiko, dan tingkat pertumbuhan penduduk yang cepat.

Dari referensi yang telah diungkap sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan PkM pada tahun ini bertujuan untuk meningkatkan keberlanjutan usaha melalui sosialisasi peningkatan kemampuan pemasaran dan manajemen keuangan bagi nelayan tangkap, dimana menangkap ikan secara tradisional sehingga pendapatan terkadang tidak menentu. Berdasarkan studi literatur dan hasil penelitian dan PkM [3], ditemukan bahwa literasi keuangan menyadarkan para UMKM di Kelurahan Subangjaya Kecamatan Cikole bahwa perencanaan keuangan dan pengelolaan keuangan merupakan titik vital suatu usaha dapat bertumbuh secara berkelanjutan atau tidak.

Pengolahan hasil-hasil perikanan, agar memiliki pengetahuan yang lebih baik dalam peningkatan kualitas produk, pemasaran produk, penyediaan laporan keuangan yang dapat meningkatkan nilai jual produk sehingga bisa meningkatkan perekonomian keluarga [5].

Sebagian besar para pelaku *home* industri masih menggunakan teknik pemasaran secara tradisional, padahal ada banyak keuntungan utama dengan memanfaatkan digitalisasi saat ini pada bisnis[1]. Hal yang sama terjadi dengan pelaksanaan usaha kecil dan menengah (UMKM). Pendampingan diberikan untuk membantu pemilik usaha memahami cara membuat laporan keuangan sederhana. Ini membantu perusahaan terus berkembang, bernama Waroeng Cemilan Amimi[6].

Di samping itu permasalahan juga dialami di Desa Talang Nangka Kecamatan Lembak dimana Pengusaha UKM keripik singkong "Sasaran Utama" [7]. Selanjutnya Mengelola keuangan sangat sulit karena biaya operasional harus dibayar meskipun pendapatan menurun. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Rodhiah dan Valentina pada mitra bisnis kuliner pempek Lita Jambi bahwa dengan adanya pemahaman strategi pemasaran yang berkelanjutan pada pemilik usaha maka berjualan pempek bisa mengurangi beban suami dan secara tidak langsung menambah penghasilan keluarga[8]. Keluarga nelayan Tanjung Sebauk juga berharap ini akan meningkatkan penghasilan keluarga mereka dengan mengubah hasil laut yang mereka dapatkan menjadi barang lain dengan nilai jual yang lebih tinggi.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini melakukan sosialisasi dan memberikan pemahaman, Hal ini mungkin tidak mudah mengingat persepsi sebagian besar warga kampung, menjadi nelayan tidak, memiliki masa depan yang tidak pasti sehingga anak-anak mereka

lebih memilih menjadi pegawai atau bekerja di perusahaan swasta.

Hasil observasi menunjukkan bahwa setelah mengikuti sosialisasi diharapkan hasil kegiatan PkM ini setidaknya membuka mata masyarakat bahwa hal-hal yang berkaitan dengan pola kehidupan sebagai nelayan tangkap memiliki peluang yang bisa diandalkan, karena Tanjung Sebauk juga menghasilkan ikan kecil-kecil (bilis) yang dijual langsung ke pasar.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan pemasaran dan manajemen keuangan, sehingga berdampak positif pada keberlanjutan usaha. demonstrasi langsung, pemberian literasi teori mengenai manajemen usaha kecil dan strategi pemasaran pada peserta. Hasilnya menunjukkan bahwa keterampilan peserta semakin baik yang pada akhirnya akan memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk berbahan dasar ikan yang berkualitas tinggi dan siap bersaing di pasar [9].

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setelah mengikuti sosialisasi diharapkan hasil kegiatan PkM ini setidaknya membuka mata masyarakat bahwa hal-hal yang berkaitan dengan pola kehidupan sebagai nelayan tangkap memiliki peluang yang bisa diandalkan, karena Tanjung Sebauk penghasil ikan kecil-kecil (bilis) yang dijual langsung ke pasar. Dengan demikian, sosialisasi yang dilakukan terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan pemasaran dan manajemen keuangan, sehingga berdampak positif pada keberlanjutan usaha.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Inovasi Pendampingan di Sebauk melalui Manajemen Pemasaran dan Manajemen Keuangan bagi nelayan tangkap di Tanjung Sebauk hasil yang telah dicapai diantaranya:

- (1) Kegiatan PKM telah diadakan di Tanjung Sebauk Kelurahan Senggarang Tanjungpinang pada tanggal 15 Juli 2024.
- (2) Proses kegiatan dilaksanakan sebagaimana langkah-langkah sebagai berikut yaitu;
 - (a) Persiapan,
 - (b) Pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi,
 - (c) Evaluasi kegiatan/keberlanjutan,
 - (d) Pembuatan laporan.

Perencanaan kegiatan dilakukan semenjak bulan Mei 2024 dengan melakukan survey situasi dan kondisi sosial yang tepat untuk bermitra dengan program Pengabdian kepada Masyarakat. Tujuan yang tepat yang dijadikan sasaran mitra adalah nelayan hasil tangkap ikan di Tanjung Sebauk kelurahan Senggarang Tanjungpinang, dimana dalam hal ini diprioritaskan bagi-ibu-ibu (istri) nelayan yang tidak memiliki kegiatan selain dari kegiatan rutin sehari-hari. Persiapan yang

dilakukan adalah menyiapkan tempat lokasi untuk pemaparan materi oleh tim. Namun karena keadaan yang sederhana dan serba terbatas, tim tetap mengusahakan kegiatan bisa berjalan dengan baik. Selain itu mempersiapkan sarana dan perlengkapan untuk mendemokan proses membuat produk berbahan ikan yang bisa dijual yang dipraktikkan oleh pengusaha yang bermula dari nol sampai produknya telah sampai ke negara Malaysia, Singapura dan Hongkong.

Bisnis industri perikanan, telah diubah oleh era digital. Nelayan di Kampung Sebauk sekarang memiliki peluang besar untuk menggunakan media digital untuk memasarkan barang mereka lebih luas dan lebih efektif. Produk ikan segar Kampung Sebauk berbagai platform web dan media sosial memungkinkan pelanggan di dalam negeri dan di luar negeri untuk mengaksesnya. Di era globalisasi saat ini, pertumbuhan media sosial dan teknologi digital mendorong para pelaku usaha kecil untuk mempelajari lebih banyak tentang teknologi media digital agar mampu meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas [10].

Digital Marketing disampaikan dengan menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan TikTok serta Instagram untuk menyebarkan informasi hasil olahan bahan dasar ikan [11], Tujuan utamanya adalah untuk memperluas pemahaman tentang berbagai platform media sosial, teknik periklanan yang efektif, dan metode untuk mengukur hasil iklan [1]. Metode PKM dengan menggunakan survei dan sosialisasi. Menurut hasil yang diperoleh bahwa para pelaku usaha kecil telah memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang manfaat digital marketing dari social media dan mulai menyadari peluang pasar, apalagi dengan internet yang tidak membutuhkan biaya iklan yang tinggi. Komunitas ini berpotensi meningkatkan penggunaan pemasaran digital di industri rumahan [1].

Penggunaan pemasaran digital sangat penting bagi usaha kecil karena memungkinkan mereka untuk melakukannya secara mandiri. Ini memungkinkan mereka untuk bertahan dalam bisnis dan memasarkan barang mereka kepada pasar yang lebih luas, memungkinkan bisnis kecil mereka untuk berkembang [12]. Keterampilan ibu-ibu nelayan tangkap di Kampung Sebauk dapat ditingkatkan dengan pelatihan pemasaran digital, seperti pengenalan dan penjualan produk di toko TikTok [13]. Pemasaran produk memanfaatkan media sosial terutama Masyarakat tidak ada yang tidak mengenal WhatsApp karena hampir semua Masyarakat menggunakan Hp android [14].

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat, antusias peserta bisa terlihat

dengan banyaknya pertanyaan peserta, dari sesuatu yang tidak diketahui tapi materi yang disampaikan bisa dipahami dengan baik, karena metode penyampaian dilakukan dengan sederhana mengingat peserta yang tidak muda lagi dan berpendidikan rendah, tapi tidak menurunkan semangat tim untuk menyaksikan tutorial.

Sebelum berlanjut ke pengenalan penjualan dengan memanfaatkan media sosial, terlebih dahulu disajikan cara membuat produk berbahan dasar ikan, karena makanan ini sangat mudah membuatnya dengan bahan baku yang mudah diperoleh di pasar tradisional. Langkah-langkah pembuatannya dipaparkan dengan tahap-tahap pengolahan bahan baku, diproses menjadi makanan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 3. Hasil Produk

Tim menjelaskan tutorial pembuatan produk berbahan dasar ikan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 4. Pemaparan Tutorial

Selanjutnya tim melakukan dokumentasi bersama peserta seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 5. Dokumentasi PkM

Produk yang telah jadi bisa dipasarkan dalam bentuk *frozen* (setengah jadi) sehingga konsumen bisa menyimpannya lebih lama di dalam kulkas sebelum disajikan dan siap dinikmati. Bahan yang masih dalam bentuk *frozen* dikemas dengan baik sehingga kualitas produk terjamin dan tidak rusak.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 6. Postingan di WhatsApp

Rencana pemasaran bagi nelayan dapat dibuat lebih terorganisir dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas. Rencana ini dapat mencakup hal-hal seperti memilih platform yang tepat, membuat konten, dan mengelola interaksi dengan konsumen [15]. Internet menarik konsumen karena banyak keuntungan, seperti keamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi daripada tempat lain, personalisasi, jangkauan geografis yang tak terbatas, kemungkinan sumber informasi, dan banyak lagi [16].

Masalah utama yang berkenaan dengan penggunaan internet di Kampung Sebauk yang merupakan daerah pesisir, sinyal internet lemah, tapi tidak menyurutkan minat untuk belajar. Bagaimana menggunakan Social media platforms like Facebook, Instagram, and WhatsApp. Namun demikian tidak menyurutkan minat para peserta pengabdian sehingga berjalan maksimal dibutuhkan cara yang lebih baik lagi, agar tujuan dengan Pemasaran digital berjalan sesuai harapan.

Rangkuman kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tercapainya Tujuan

Keberhasilan kegiatan ini dapat meningkatkan pemahaman nelayan Tanjung Sebauk tentang

keuangan dan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, memberikan keterampilan dasar dalam manajemen keuangan dan pemasaran hasil tangkap, Memotivasi nelayan untuk menerapkan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang menguntungkan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

2. Tercapainya Sasaran

Sasaran sosialisasi juga telah tercapai sebagian besar. Hal ini dibuktikan bahwa 70% dari nelayan tangkap di Kampung Sebauk belajar tentang strategi pemasaran dan manajemen keuangan; 35% mampu membuat anggaran dan pencatatan keuangan sederhana; 15% memiliki akses ke permodalan dan pendampingan bisnis bahwa 95% peserta memahami materi sosialisasi dan 100% hadir dalam kegiatan sosialisasi.

3. Tercapainya Manfaat

Manfaat sosialisasi diharapkan dapat tercapai dalam jangka panjang. Hal ini dibuktikan bahwa Meningkatnya kemampuan nelayan tangkap dalam pemasaran dan manajemen keuangan, Meningkatnya kemampuan mereka dalam mengelola keuangan bisnis mereka, Meningkatnya kemampuan mereka untuk mendapatkan permodalan dan pendampingan usaha, Meningkatnya kemampuan nelayan tangkap untuk berkomunikasi dan memasarkan melalui teknologi digital.

KESIMPULAN

Program pendampingan di Tanjung Sebauk telah berhasil meningkatkan kesejahteraan nelayan melalui pemanfaatan teknologi digital dan pendekatan partisipatif. Keberhasilan ini mengindikasikan potensi besar untuk direplikasi di desa-desa nelayan lain. Perluasan program, pengembangan aplikasi mobile, dan dukungan pemerintah sangat penting. Model pendampingan ini dapat diterapkan pada sektor lain. Penelitian lebih lanjut dan pengembangan modul pelatihan diperlukan untuk memastikan keberlanjutan. Dengan demikian, nelayan dapat menjadi bisnis mandiri dan berkontribusi pada perekonomian. Keberlanjutan program memerlukan kolaborasi semua pihak.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penghargaan dan terima kasih melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UMRAH Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) melalui dengan dana hibah Pengabdian

kepada masyarakat skema PKMUP pada tahun 2024, telah dapat melaksanakan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. A. R. Tanesi, "PKM Strategi Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Daun Kelor Pada Home Industry Glamori Meto," *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 26-33, 2024, doi: 10.62951/jpm.v1i2.195.
- [2] J. P. Hutajulu, "Pemasaran Digital Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Sungai Kupah, Kecamatan Sungai Kakap, Kubu Raya," *BB*, vol. 6, no. 2, pp. 83-95, Oct. 2023, doi: 10.22146/bakti.6020.
- [3] N. Nuraeni, M. Ikra, F. Aninditya, M. Fahmi, A. Firman, L. Liliawati, and N. A. Umami, "Peningkatan Literasi Keuangan dan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Subangjaya Kecamatan Cikole Kota Sukabumi," in *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, vol. 1, no. 1, Oct. 2023.
- [4] I. Iranita, B. Paramita, K. Wulandari, E. Tiyasiningsih, D. Dermawan, N. Bayti, and I. Deryane, "Pemberdayaan Potensi Ibu-Ibu Pesisir dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga pada Sentra Industri Kerupuk Sei Lekop Kabupaten Bintan," *Journal of Maritime Empowerment*, vol. 6, no. 2, pp. 60-65, 2024, doi: 10.31629/jme.v6i2.6776.
- [5] R. Hasibuan, M. Desfrida, S. A. Nofianna, and A. Amrizal, "PKM Peningkatan Kemandirian Umkm Melalui Penggunaan Aplikasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha Waroeng Cemilan Amimi," *AJPKM*, vol. 8, no. 1, pp. 168-176, Jun. 2024, doi: 10.32696/ajpkm.v8i1.2883.
- [6] M. Veronica and R. Sari, "Peningkatan pengetahuan tentang manajemen keuangan untuk UKM pedesaan," *JP2M*, vol. 4, no. 2, pp. 317-322, Jul. 2023, doi: 10.33474/jp2m.v4i2.20311.
- [7] R. Rodhiah and V. Valentina, "Menciptakan Strategi Pemasaran Berkelanjutan pada UKM," *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 6, no. 1, 2023, doi: 10.29040/budimas.v6i1.11929.
- [8] N. S. . Asfo, B. . Barus, H. . Silalahi, J. . Chandra, and H. Hafipah, "Sosialisasi Pembuatan Bakso Berbahan Dasar Ikan Untuk Mendukung Produk Kreatif Berbasis Ekonomi Biru," *CDJ*, vol. 5, no. 4, pp. 5944-5950, Jul. 2024, doi: 10.31004/cdj.v5i4.30971.
- [9] E. A. Pradana and F. Damatraseta, "PKM-Pendampingan Tehnik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor," *J. Abdimas Dedik. Kesatuan*, vol. 2, no. 2, pp. 147-154, 2021, doi: 10.37641/jadkes.v2i2.1303.
- [10] F. P. Juniawan, M. S. Mayasari, H. A. Pradana, L. Tommy, and D. Y. Sylfania, "Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka," *J. PkM Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, p. 17, 2023, doi: 10.30998/jurnalpkm.v6i1.8649.
- [11] A. A. H. Nurmansyah, E. Yulianti, A. Kurniawan, L. Evangalista, and F. F. Sigarlaki, "Penerapan Pemasaran Berbasis Digital Pada UKMK di Kecamatan Batujajar, Kabupaten Bandung Barat," *J. Abdimas Perad.*, vol. 3, no. 1, pp. 48-54, 2022, doi: 10.54783/ap.v3i1.8.
- [12] S. Setiawati, G. Sinulingga, R. Apriliani, and ..., "PKM Pelatihan Digital Marketing Dengan Pengenalan Dan Cara Berjualan Di Aplikasi Tik Tok Pada Pelaku Umkm Binaan Gemma Indonesia Raya," *Ikra-Ith ...*, vol. 7, no. 3, pp. 323-334, 2023, doi: 10.37817/ikra-ithabdimas.v7i3.
- [13] S. Budirahardjo, S. Wibowo, N. Q. Nada, and B. Priyatno, "PKM Strategi Digital Marketing dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Menumbuhkembangkan Usaha Ekonomi Kreatif di RT. 08 RW. X, Kel. Kembangarum, Kota Semarang," *Jurnal Publik Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 9-16, 2023, doi: 10.30873/jppm.v5i1.3678.
- [14] S. . Marsudi, A. Ambarwati, L. Lubis, and A. . Nasihah, "Strategi Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Dukung Nelayan Keputih Timur Gang Pompa Air Surabaya Melalui Pelatihan Media Sosial," *CDJ*, vol. 5, no. 4, pp. 6254-6258, Jul. 2024, doi: 10.31004/cdj.v5i4.30834.
- [15] R. Kharismawaty, D. Pratiwi, I. S. Lubis, S. J. Laowo, and W. Handayani, "Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Budidaya Ikan Lele Pada UMKM Griya Cendekia Desa Curug Gunung Sindur Bogor," *J. Ilm. Mhs. Mengabdi*, vol. 2, no. 1, p. 40, 2022, doi: 10.32493/jmab.v2i1.18696.