

**KEMITRAAN UNTUK PENINGKATAN TEKNOLOGI PERIKANAN TANGKAP
MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN PADA KELOMPOK NELAYAN
KOPERASI 64 BAHARI BULAK SURABAYA**

Hari Subagio¹, Nurul Rosana², Aniek Sulestiani³, Febrina Hambalah⁴, Mochamad Arief Sofijanto⁵, A. Amirul Mu'minin⁶

^{1,2,3,5,6}Program Studi Perikanan Fakultas Teknik dan Ilmu Kelautan Universitas Hang Tuah

⁴Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hang Tuah

e-mail: hari.subagio@hangtuah.ac.id

Abstract : Surabaya City is a coastal city where the fishing community is dominated by traditional fishermen, with a vessel size of less than 5 GT. In this Community Partnership Program, the partner is the 64 Bahari Gillnet Cooperative Fishermen Group, Bulak District, Surabaya, East Java. The problems faced by fishing families are (1). Lack of information and skills of gillnet fishermen in applying appropriate technology-based fishing aids to increase catches. (2). Financial management of fishery product marketing business is not yet optimal, and (3). The marketing of fishery products through "Digital Marketing" has not been optimized. The purpose of the activity is to provide information, training and skills improvement: (1). Gillnet fishing operations using "Surya Net" lighting tools with 10 fishermen participants, (2). Optimization of financial management of fishing business and (3). Utilization of "Digital Marketing" for marketing fishery products. Activities (2) and (3) were attended by 10 fisher women. The results of the activities showed that: (1). Fishermen's understanding of technology to increase catch, fuel saving technology during operation, and crab behavior towards light, increased. (2). The understanding of fishermen's wives about the financial recording system for business, financial management for business, and the level of business profit, increased. (3). The understanding of fishermen's wives about digital marketing of fishery products, how to market fishery products, and the use of social media for marketing fishery products, increased.

Keywords : Fisherman, surya net, financial management, digital marketing, Surabaya

Abstrak: Kota Surabaya merupakan kota pesisir dimana masyarakat nelayan didominasi nelayan tradisional, dengan ukuran kapal kurang dari 5 GT. Dalam Program Kemitraan Masyarakat ini yang menjadi mitra adalah Kelompok Nelayan Koperasi 64 Bahari Gillnet, Kecamatan Bulak Surabaya Jawa Timur. Masalah yang dihadapi keluarga nelayan adalah (1). Kurangnya informasi dan keterampilan nelayan gillnet dalam mengaplikasikan alat bantu penangkapan berbasis teknologi tepat guna untuk meningkatkan hasil tangkapan. (2). Belum optimalnya manajemen keuangan usaha pemasaran produk perikanan, dan (3). Belum optimalnya usaha pemasaran produk perikanan melalui "Digital Marketing". Tujuan kegiatan adalah untuk memberikan informasi, pelatihan dan meningkatkan keterampilan: (1). Operasi penangkapan nelayan gillnet menggunakan alat bantu pencahayaan "Surya Net" dengan peserta 10 orang nelayan, (2). Optimalsasi manajemen keuangan usaha perikanan dan (3). Pemanfaatan "Digital Marketing" untuk pemasaran produk perikanan. Kegiatan (2) dan (3) diikuti 10 orang istri nelayan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa: (1). Pemahaman nelayan tentang teknologi untuk meningkatkan hasil tangkapan, teknologi peghematan BBM saat operasi, dan tingkah laku rajungan terhadap cahaya, meningkat. (2). Pemahaman istri nelayan tentang sistem pencatatan keuangan untuk usaha, pengelolaan keuangan untuk usaha dan tingkat keuntungan usaha, meningkat. (3). Pemahaman istri nelayan tentang digital marketing produk perikanan, cara pemasaran produk perikanan dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk perikanan, meningkat.

Kata Kunci: Nelayan, surya net, manajemen keuangan, pemasaran digital, Surabaya

PENDAHULUAN

Kota Surabaya merupakan kota pesisir dimana masyarakat nelayan didominasi oleh nelayan tradisional, dengan ukuran kapal kurang dari 5 GT. Dalam melakukan kegiatan penangkapan ikan nelayan menggunakan berbagai macam alat tangkap, seperti *gillnet* (jaring insang), buba, *set net*, pancing, petorosan, selam kompresor, jala, dan perikanan pungut sumberdaya jangkang (*Macroptthalmus japonicus*). Dari berbagai jenis alat tangkap tersebut, masing-masing memiliki spesifikasi rancang bangunnya sendiri. Keragaman alat tangkap ini dipengaruhi oleh tingginya keragaman sumberdaya perikanan yang menjadi target tangkapan nelayan. Sebagai misal, pada konteks alat tangkap *gillnet*, nelayan Kota Surabaya memiliki beragam jenis alat tangkap *gillnet*: jaring ikan mambang (bulu ayam), jaring kakap, jaring udang, jaring kepiting, jaring belanak, dan jarring rajungan. Umumnya nelayan memiliki lebih dari satu jenis alat tangkap, hal ini terkait dengan keragaman dominansi jenis ikan target tangkapan pada musim yang berbeda.

Jaring insang (*gillnet*) adalah jenis alat penangkapan ikan yang berbentuk empat persegi panjang dilengkapi dengan pelampung, pemberat, tali ris atas dan tali ris bawah atau tanpa tali ris bawah untuk menghadang ikan sehingga ikan tertangkap dengan cara terjerat dan/atau terpuntal, dan dioperasikan di permukaan, pertengahan dan dasar secara menetap, hanyut dan melingkar dengan tujuan menangkap ikan pelagis dan demersal (PER.08-MEN-2008, 2008). Jenis-jenis ikan yang tertangkap dengan *gillnet* ini adalah jenis-jenis ikan yang berenang dekat permukaan laut (cakalang, jenis-jenis tuna, saury, *flying fish*), jenis-jenis ikan demersal/bottom (*flat fish*, katamba, *sea bream*), juga jenis-jenis udang, lobster, kepiting dan lain-lain (Laevastu dan Hayes, 1981).

Dibandingkan dengan penggunaan alat tangkap lain, jumlah hasil tangkapan *gillnet* relatif lebih rendah. Penggunaan alat tangkap *gillnet* menjadi salah satu mata pencarian yang dilakukan dengan cara operasi *one day system* yaitu melakukan operasi penangkapan dalam satu hari melaut tanpa bermalam di laut. Operasi penangkapan biasanya dilakukan selama kurang lebih 4-5 jam pada malam hari mulai pukul 21.00 WIB. Rata-rata jumlah hasil tangkapan dalam sekali operasi adalah 15 kg dari jenis rajungan dan ikan pelagis kecil. Mengingat produktifitas *gillnet* yang relatif rendah, maka perlu dilakukan upaya meningkatkan hasil tangkapan dengan penerapan teknologi yang tepat guna dan mudah diterapkan pada mitra.

Dalam mengelola usaha penangkapan ikan, pada umumnya anggota keluarga nelayan saling bekerjasama, utamanya pasangan suami-istri nelayan. Bapak nelayan bertugas sebagai penangkap ikan di laut, sedangkan para istri beserta anak mereka membantu melepaskan ikan hasil tangkapan *gillnet* di rumah. Para istri nelayan juga bertugas menangani sistem pemasaran hasil tangkapan dan mengelola keuangan usaha perikanan beserta keuangan keluarga.

Dalam mengelola kegiatan usaha perikanan tangkap, keluarga nelayan yang merupakan unit terkecil dari kegiatan wirausaha perikanan tangkap, pada dasarnya tidak mengalami peningkatan yang nyata dari segi kesejahteraannya. Hal ini disebabkan karena belum optimalnya nelayan dalam memanfaatkan teknologi tepat guna di bidang perikanan tangkap, belum optimalnya manajemen keuangan usaha perikanan dan belum optimalnya sistem pemasaran produk perikanan oleh keluarga nelayan. Guna memberdayakan usaha perikanan pada keluarga nelayan, maka diperlukan suatu upaya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari Perguruan Tinggi untuk meningkatkan kapabilitas mereka dalam hal pemahaman nelayan tentang teknologi tepat guna bagi perikanan tangkap, pemahaman tentang manajemen keuangan usaha perikanan dan pemahaman tentang sistem pemasaran produk perikanan. Nelayan *gillnet* sebagai mitra dalam program ini berlokasi di Kecamatan Bulak Kota Surabaya yang mengoperasikan alat tangkapnya di perairan pesisir Surabaya dan Sidoarjo.

PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan PKM ini dilakukan untuk meningkatkan kapabilitas Usaha Perikanan pada keluarga nelayan, dengan obyek pemberdayaan bapak nelayan beserta istri nelayan, Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara: (1). Memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada nelayan tentang cara menggunakan alat bantu penangkapan ikan berbasis cahaya “suryanet” untuk penangkapan rajungan dengan alat tangkap *gillnet* pada kelompok nelayan Koperasi 64 Bahari. (2). Memberikan penyuluhan kepada istri nelayan tentang optimalisasi manajemen keuangan usaha pemasaran produk perikanan; dan (3). Memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada istri nelayan tentang cara pemasaran produk perikanan melalui “Digital Marketing”.

Pelatihan dilakukan di lokasi mitra, di Gedung Pertemuan Kesatuan Nelayan Tradisional Indonesia (KNTI), Cabang Kota Surabaya. Jumlah peserta 20 orang, yang terdiri dari 10 orang nelayan *gillnet* dan 10 orang istri nelayan. Guna meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, kepada para peserta dibagikan *handout* yang dapat dipelajari lebih lanjut setelah selesai pelatihan. Untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang manfaat kegiatan penyuluhan dan pelatihan bagi para peserta, dilakukan pengukuran tingkat pemahaman terhadap materi pelatihan oleh nelayan dan istri nelayan sebelum (*Pre Test*) dan sesudah pelatihan (*Post Test*).

Adapun kuesioner yang disampaikan saat jajak pendapat adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan alat bantu penangkapan ikan berbasis cahaya “suryanet”, sebagai obyek PKM adalah nelayan.
 - b) Apakah anda mengetahui tentang teknologi yang dapat meningkatkan hasil tangkapan pada alat tangkap jaring insang.
 - c) Apakah anda mengetahui tentang teknologi yang dapat menghemat pemakaian BBM saat operasi penangkapan ikan.
 - d) Apakah anda mengetahui tentang tingkah laku dari rajungan yang tertarik kepada cahaya
2. Manajemen Keuangan Usaha Pemasaran Produk Perikanan, sebagai obyek PkM adalah istri nelayan.
 - a) Perihal sistem pencatatan keuangan untuk usaha maupun untuk keluarga, saya merasa
 - b) Perihal mengelola keuangan untuk usaha (bisnis) dan keuangan untuk keluarga, saya merasa
 - c) Perihal tingkat keuntungan usaha saya di bidang perikanan, saya merasa
3. Digital marketing” Pemasaran Produk Perikanan, sebagai obyek PkM adalah istri nelayan.
 - a) Perihal *digital marketing*, saya merasa
 - b) Perihal cara pemasaran produk Perikanan, saya merasa
 - c) Perihal pemanfaatan sosial media untuk pemasaran produk Perikanan, saya merasa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program pelatihan nelayan disampaikan melalui penyuluhan dan pemeragaan cara pengoperasian alat bantu ‘Surya Net’. Para peserta menunjukkan antusiasmenya dalam mengikuti secara keseluruhan sesi penyampaian materi, yang diperjelas dengan pembagian *hand out* kepada peserta. Saat pelaksanaan kegiatan, untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi dilakukan jajak pendapat secara *pre test* dan *post test*. Hasil pretes dan postes terkait penguasaan materi diklasifikasikan menjadi 5 strata, antara lain: STP: Sangat tidak paham; TP : Tidak paham; N : Netral; CP: Cukup paham; dan SP: Sangat paham. Hasil pretes dan postes adalah sebagaimana disampaikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan

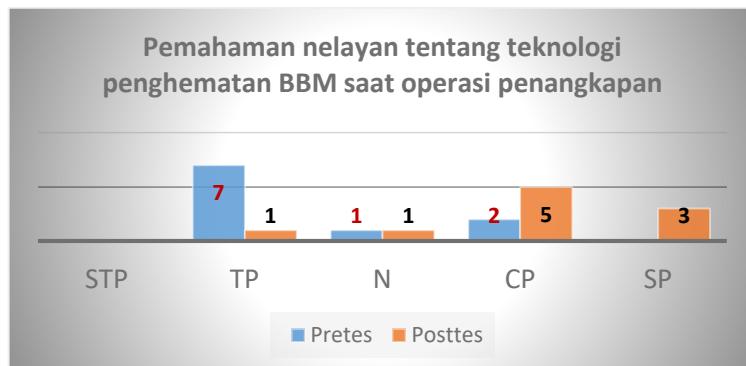
1. Program Pelatihan nelayan menggunakan teknologi tepat guna “Surya Net” untuk meningkatkan hasil tangkapan.

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman nelayan terhadap keberadaan teknologi yang dapat meningkatkan hasil tangkapan rajungan pada alat *gillnet*. Hasilnya adalah, saat sebelum pelatihan 90% nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 10% nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan nelayan yang tidak paham turun menjadi 30% dan yang paham naik menjadi 70%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan nelayan tentang materi penyuluhan dan pelatihan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 2.



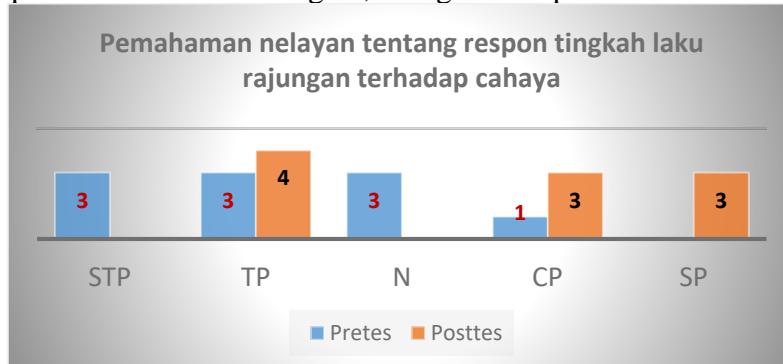
Gambar 2. Diagram pemahaman nelayan tentang teknologi untuk meningkatkan hasil tangkapan alat *gillnet*

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman nelayan terhadap teknologi penghematan BBM saat operasi penangkapan. Hasilnya adalah, saat sebelum pelatihan 70% nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 20% nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan nelayan yang tidak paham turun menjadi 10% dan yang paham naik menjadi 80%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan nelayan tentang materi penyuluhan dan pelatihan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 3.



Gambar 3. Diagram pemahaman nelayan tentang teknologi penghematan BBM saat operasi penangkapan

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman nelayan tentang respon tingkah laku rajungan terhadap cahaya. Hasilnya adalah, saat sebelum pelatihan 60% nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 10% nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan nelayan yang tidak paham turun menjadi 40% dan yang paham naik menjadi 60%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan nelayan tentang materi penyuluhan dan pelatihan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambat 4.



Gambar 4. Diagram pemahaman nelayan tentang respon tingkah laku rajungan terhadap cahaya

Pada dasarnya profesi nelayan menuntut keahlian yang bersifat multidisiplin dan komplek. Karena nelayan dituntut memahami berbagai aspek, baik aspek teknis seperti: alat tangkap, teknik penangkapan, alat bantu penangkapan ikan, daerah penangkapan ikan, kapal penangkap ikan, tingkah laku ikan target tangkapan, penanganan hasil perikanan, dan sistem pemasaran serta manajemen usaha perikanan tangkap, yang sering kali keberhasilan usahanya menuntut dukungan dan keterlibatan secara langsung anggota keluarga yang lain.

Dalam konteks pemberdayaan nelayan yang mengoperasikan alat tangkap *gillnet*, Program PkM ini pada dasarnya berupaya meningkatkan wawasan dan keterampilan nelayan dalam hal: pemahaman tentang teknologi yang dapat meningkatkan hasil tangkapan pada alat tangkap jaring insang, pemahaman tentang teknologi yang dapat menghemat pemakaian BBM saat operasi penangkapan ikan, dan pemahaman tentang tingkah laku dari rajungan yang tertarik

kepada cahaya. Ketiga parameter uji kami dapatkan meningkat setelah para nelayan diberikan penyuluhan dan pelatihan, ini adalah merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas tangkapan nelayan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan nelayan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Negara, dkk (2017), menyatakan bahwa nelayan adalah kelompok masyarakat yang memerlukan pemberdayaan guna meningkatkan pengetahuan agar usahanya dapat berkembang. Melalui kegiatan pemberdayaan, tingkat kreatifitas dalam berusaha dan pendapatan nelayan anggota Kelompok Usaha Bersama di Kabupaten Pati meningkat dibandingan sebelumnya. Lebih lanjut dinyatakan bahwa instrumen-instrumen pemberdayaan nelayan antara lain mencakup: keinginan, kebutuhan, kompetensi, percaya diri, aspirasi, potensi, dan pendapatan. Serta variabel pemberdayaan nelayan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kualitas usaha keluarga nelayan.

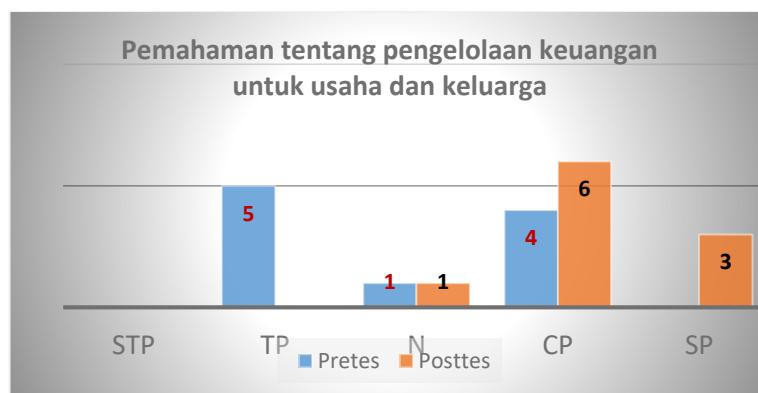
2. Program optimalisasi manajemen keuangan usaha pemasaran produk perikanan.

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman istri nelayan tentang sistem pencatatan keuangan untuk usaha pemasaran produk perikanan. Hasilnya adalah, saat sebelum pelatihan 20% istri nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 70% istri nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan istri nelayan yang tidak paham turun menjadi 0% dan yang paham naik menjadi 100%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan istri nelayan tentang materi penyuluhan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram pemahaman istri nelayan tentang sistem pencatatan keuangan untuk usaha

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman istri nelayan tentang pengelolaan keuangan untuk usaha dan keluarga. Hasilnya adalah, saat sebelum pelatihan 50% istri nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 40% istri nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan istri nelayan yang tidak paham turun menjadi 0% dan yang paham naik menjadi 90%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan istri nelayan tentang materi penyuluhan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 6.



Gambar 6. Diagram pemahaman istri nelayan tentang pengelolaan keuangan untuk usaha dan kebutuhan keluarga

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman istri nelayan tentang tingkat keuntungan usaha bidang perikanan. Hasilnya adalah, saat sebelum pelatihan 40% istri nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 50% istri nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan istri nelayan yang tidak paham turun menjadi 0% dan yang paham naik menjadi 90%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan istri nelayan tentang materi penyuluhan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 7.



Gambar 7. Diagram pemahaman istri nelayan tentang keuntungan usaha bidang perikanan

Dalam konteks literasi manajemen keuangan pada usaha pemasaran produk perikanan, program PkM ini pada dasarnya berupaya untuk meningkatkan wawasan dan keterampilan istri nelayan dalam hal: sistem pencatatan keuangan untuk kepentingan usaha maupun untuk keluarga, sistem pengelolaan keuangan untuk usaha maupun untuk kepentingan keluarga, dan tingkat keuntungan usaha pemasaran produk perikanan. Ketiga parameter uji kami dapatkan meningkat setelah para istri nelayan diberikan penyuluhan. Kegiatan ini adalah merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan literasi manajemen keuangan pada usaha pemasaran produk perikanan.

Dalam prakteknya, pengelolaan keuangan untuk kepentingan usaha perikanan dan kepentingan keluarga nelayan tidak dilakukan pemisahan secara nyata, oleh nelayan. Menurut Purba, dkk. (2021) pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha. Sedangkan menurut Anwar (2019) manajemen keuangan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan keuangan perusahaan baik dari sisi pencarian sumber dana, pengalokasian dana, maupun pembagian hasil keuntungan perusahaan. Sebuah rumah tangga harus mampu memahami manajemen keuangan keluarganya dengan baik tanpa adaanya pemahaman mengenai manajemen keuangan maka akan sulit untuk mengatur keuangannya. Sehingga uang yang didapatkan akan selalu terasa tidak cukup. Rumah tangga

akan sejastra dan terhindar dari keamburaduran jika pengelolaan keuanganya dilakukan secara benar. Tidak memandang besar atau kecilnya pendapatan sebuah keluarga harus memahami pengelolaan keuangan rumah tangga begitu juga dengan keluarga para nelayan, jika mereka memiliki tingkat pengetahuan yang rendah ada baiknya keluarga nelayan belajar dari keluarga-keluarga yang telah memahami dan juga berpengalaman (Hadinata dkk., 2023).

3. Program optimalisasi usaha pemasaran produk perikanan melalui “Digital Marketing”.

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman istri nelayan tentang *digital marketing* produk perikanan. Hasilnya adalah: saat sebelum pelatihan 50% istri nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 20% istri nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan istri nelayan yang tidak paham turun menjadi 10% dan yang paham naik menjadi 70%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan istri nelayan tentang materi penyuluhan dan pelatihan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 8.



Gambar 8. Diagram pemahaman istri nelayan tentang Digital Marketing produk perikanan

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman istri nelayan tentang cara pemasaran produk perikanan. Hasilnya adalah: saat sebelum pelatihan 60% istri nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 30% istri nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan istri nelayan yang tidak paham turun menjadi 0% dan yang paham naik menjadi 70%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan istri nelayan tentang materi penyuluhan dan pelatihan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 9.



Gambar 9. Diagram pemahaman istri nelayan tentang cara pemasaran produk perikanan

Berdasarkan hasil jajak pendapat pretes dan postes terhadap peserta pelatihan terkait pemahaman istri nelayan tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran produk perikanan. Hasilnya adalah : saat sebelum pelatihan 40% istri nelayan tidak paham (STP dan TP) dan 40% istri nelayan paham (CP dan SP), dimana setelah pelatihan istri nelayan yang tidak paham turun menjadi 10% dan yang paham naik menjadi 70%. Hal ini menunjukkan bahwa wawasan istri

nelayan tentang materi penyuluhan dan pelatihan adalah meningkat, sebagaimana pada Gambar 10.



Gambar 10. Diagram pemahaman istri nelayan tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran produk perikanan

Dalam konteks literasi digital marketing untuk pemasaran produk perikanan, program PkM ini pada dasarnya berupaya untuk meningkatkan wawasan dan keterampilan istri nelayan dalam hal: pemahaman tentang *digital marketing*, pemahaman tentang cara pemasaran produk perikanan, dan pemahaman tentang manfaat media sosial untuk pemasaran produk perikanan. Kegiatan ini adalah merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan literasi tentang digital marketing produk perikanan oleh istri nelayan. Berdasarkan ketiga parameter uji, kami mendapatkan adanya tren pemahaman yang meningkat terhadap materi pelatihan setelah para istri nelayan diberikan penyuluhan dan pelatihan.

Ini merupakan fenomena yang positif bagi perkembangan usaha keluarga nelayan. Teknologi digital marketing menjadi salah satu cara dalam mempercepat kemajuan usaha bagi kegiatan wirausaha yang digeluti masyarakat. Pada dasarnya masyarakat pelaku usaha kecil dan menengah memerlukan banyak pendampingan dan pembelajaran dalam memulai dan mengelola usahanya agar mampu bersaing dalam era persaingan global saat ini (Sucipto dkk., 2023). Pemasaran digital adalah alat yang efisien dalam mempromosikan produk dan layanan melalui *platform online*. Dalam dunia yang terhubung melalui internet dan media sosial, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat menggunakan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan eksposur produk mereka. Salah satu contohnya adalah melalui platform marketplace seperti Shopee, di mana UMKM dapat menjual produk mereka dengan lebih mudah dan efektif (Abdurrahman dkk., 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) disimpulkan bahwa:

1. Pemahaman nelayan tentang teknologi untuk meningkatkan hasil tangkapan, teknologi penghematan BBM saat operasi, dan tingkah laku rajungan terhadap cahaya, meningkat.
2. Pemahaman istri nelayan tentang sistem pencatatan keuangan untuk usaha, pengelolaan keuangan untuk usaha dan tingkat keuntungan usaha, meningkat.
3. Pemahaman istri nelayan tentang *digital marketing* produk perikanan, cara pemasaran produk perikanan dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk perikanan, meningkat..

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E.Y., dan Hadiyatullah, A. W. 2020. Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2):88-92.
- Anwar. 2019. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan . Jakarta: Kencana
- Hadinata, A.P.,Y. Murni, dan Safardi. 2023. Analisis Manajemen Keuangan Rumah Tangga Keluarga Nelayan di Kota Pariaman. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*, 2(1):20-30.
- Laevastu, T., And Hayes, M.L. 1981. Fisheries Oceanography and Echology. Fishing News Book. London
- Negara, T.C., W.S. Hartanto, M. Sepahelut, dan Y. Hardjono. 2017. Peran Optimalisasi Pemberdayaan Nelayan Terhadap Peningkatan Usaha (Studi pada KUB-KUB Nelayan di Kabupaten Pati). *Teknikom*, 1(1):19-30.
- Purba, dkk., 2021. The Effect of Cash Turnover and Accounts Receivable Turnover on Return On Asset. *Indonesian College of Economics*. STEI. Jakarta.
- Sucipto, A, N. Afidah, dan M. Amar. 2023. Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan *Multi Player Effect* untuk Menambah Kesejahteraan UMKM Ikan Asap. *Nusantara Journal of Community Engagement and Empowerment*, 1(1):25-35.