



PENGUATAN EKONOMI NELAYAN INDRAMAYU MELALUI DIGITALISASI DAN RANTAI PASOK LAUT

Vina Pebianti

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
vinapebianti@unj.ac.id

Fajri Hamdani

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
fajrihamdani@unj.ac.id

Dewi Susita

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
dewisusita_man@unj.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi nelayan pesisir Indramayu melalui digitalisasi pemasaran dan pengembangan rantai pasok hasil laut. Nelayan di wilayah ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi digital dan rantai pasok yang kurang efisien, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing serta ketidakstabilan pendapatan mereka. Oleh karena itu, program ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan nelayan dalam memanfaatkan platform digital guna memasarkan hasil tangkapan mereka secara lebih luas dan kompetitif. Metode yang diterapkan dalam program ini mencakup pelatihan digitalisasi pemasaran, optimalisasi rantai pasok, serta pendampingan dan evaluasi. Pelatihan digitalisasi membantu nelayan mengakses pasar yang lebih luas melalui platform digital seperti media sosial dan e-commerce. Pelatihan digitalisasi membantu nelayan mengakses pasar yang lebih luas melalui platform digital seperti media sosial dan e-commerce. Optimalisasi rantai pasok difokuskan pada efisiensi distribusi dan peningkatan kualitas hasil tangkapan melalui manajemen pasca panen. Kegiatan ini ditutup dengan pendampingan intensif dan evaluasi, yang menunjukkan peningkatan kapasitas nelayan dalam memasarkan produk dan mengelola usaha secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci: digitalisasi, pemasaran, rantai pasok, nelayan.



PENDAHULUAN

Kabupaten Indramayu merupakan salah satu daerah pesisir di Jawa Barat yang memiliki potensi besar di sektor perikanan dan hasil laut. Sebagai daerah dengan garis pantai yang panjang, mayoritas masyarakat di wilayah ini bergantung pada sektor perikanan sebagai mata pencaharian utama. Berdasarkan data Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Indramayu (2022), jumlah nelayan aktif di daerah ini mencapai lebih dari 35.000 orang, dengan produksi hasil laut mencapai 125.000 ton per tahun. Namun, meskipun memiliki potensi perikanan yang besar, nelayan Indramayu masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kesejahteraan ekonomi mereka.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh nelayan Indramayu adalah keterbatasan akses terhadap teknologi digital untuk pemasaran hasil tangkapan mereka. Sebagian besar nelayan masih mengandalkan sistem pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung kepada tengkulak, yang sering kali menyebabkan harga jual hasil laut berada di bawah nilai pasar (Rahmawati & Setiawan, 2021). Minimnya pemahaman tentang digitalisasi pemasaran menyebabkan nelayan kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk mereka.

Selain itu, rantai pasok hasil laut di Indramayu masih belum optimal. Banyak hasil tangkapan yang tidak tersalurkan secara efisien akibat terbatasnya infrastruktur distribusi dan kurangnya koordinasi antara nelayan, pedagang, dan industri pengolahan (Suryani et al., 2020). Akibatnya, tidak sedikit hasil laut yang mengalami penurunan kualitas atau

bahkan terbuang sia-sia sebelum sampai ke konsumen. Permasalahan ini semakin diperparah dengan fluktuasi harga yang tidak menentu serta ketergantungan yang tinggi terhadap musim tangkap.

Dengan demikian, diperlukan intervensi berbasis digitalisasi pemasaran serta optimalisasi rantai pasok guna meningkatkan kesejahteraan nelayan di wilayah ini.

KAJIAN PUSTAKA

1. Ekonomi Nelayan Pesisir

Nelayan pesisir termasuk kelompok masyarakat yang rentan secara ekonomi akibat ketergantungan terhadap faktor alam, keterbatasan akses pasar, dan lemahnya posisi tawar dalam rantai nilai hasil laut (Kusnadi, 2013). Menurut Adhuri et al. (2016), penguatan ekonomi nelayan tidak hanya bergantung pada peningkatan hasil tangkap, tetapi juga pada penguatan kelembagaan, akses informasi, dan perbaikan sistem distribusi.

2. Digitalisasi Pemasaran Hasil Laut

Digitalisasi pemasaran merupakan upaya memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi penjualan (Setiawan & Handayani, 2021). Dalam konteks nelayan, penggunaan platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi pemasaran lokal dapat membantu memperpendek rantai distribusi dan meningkatkan nilai jual produk (Sari et al., 2022). Digitalisasi juga membuka peluang inklusi finansial dan jejaring usaha yang lebih luas.

3. Pengembangan Rantai Pasok Hasil Laut

Rantai pasok hasil laut mencakup proses dari penangkapan hingga sampai ke tangan konsumen. Menurut Porter (1985), optimalisasi rantai pasok dapat meningkatkan nilai tambah produk dan efisiensi operasional. Dalam konteks perikanan, rantai pasok yang efisien dapat mengurangi kehilangan hasil tangkap, mempercepat distribusi, dan menjaga mutu produk laut (Fitriani et al., 2020). Dukungan teknologi dan koordinasi antar pelaku (nelayan, pengepul, distributor) menjadi kunci utama keberhasilannya.

4. Transformasi Ekonomi Berbasis Teknologi di Wilayah Pesisir

Penerapan teknologi dalam sektor ekonomi pesisir telah terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha masyarakat maritim (Susilowati et al., 2019). Dengan adanya pendampingan dan literasi digital, masyarakat nelayan dapat lebih adaptif terhadap perkembangan zaman dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

MATERIAL DAN METODE

Tahapan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian mencakup 3 program utama yaitu pelatihan digitalisasi pemasaran, optimalisasi rantai pasok, serta pendampingan dan evaluasi. Adapun tahapan dari ketiganya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pelatihan Digitalisasi Pemasaran

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk atau jasa. Beberapa langkahnya:

- **Analisis Kebutuhan:** Nelayan pesisir Indramayu masih menghadapi keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, serta rantai pasok yang tidak efisien, sehingga pendapatan mereka tetap rendah. Digitalisasi pemasaran dan penguatan rantai pasok diperlukan untuk meningkatkan keterampilan nelayan dalam memanfaatkan teknologi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi distribusi hasil laut. Program ini berkontribusi pada SDGs No. 1 dengan meningkatkan pendapatan nelayan, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan menciptakan sistem pemasaran yang lebih adil dan berkelanjutan.
- **Penyusunan Materi Pelatihan:** Meliputi strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, pembuatan konten, pemanfaatan marketplace, serta teknik SEO dan iklan digital.
- **Pelaksanaan Pelatihan:** Kegiatan ini bisa berbentuk workshop, webinar, atau praktik langsung dalam pembuatan akun bisnis, konten promosi, dan strategi pemasaran berbasis data.
- **Simulasi dan Praktik:** Peserta diberikan kesempatan untuk menerapkan strategi pemasaran digital dengan bimbingan dari tim pengabdian.

2. Optimalisasi Rantai Pasok

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok sehingga produk dapat tersedia dengan lebih baik dan biaya operasional dapat dikurangi. Langkah-langkahnya:

- **Analisis Rantai Pasok:** Mengidentifikasi kendala dalam distribusi bahan baku, produksi, dan pemasaran.

- **Penyusunan Strategi Optimalisasi:** Meliputi perencanaan pengadaan bahan baku yang lebih efisien, pemilihan supplier yang lebih kompetitif, serta manajemen stok yang lebih baik.
- **Pelaksanaan Program Optimalisasi:** Implementasi solusi seperti pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan persediaan, sistem pencatatan digital, atau penggunaan logistik berbasis teknologi.
- **Evaluasi Awal:** Menilai efektivitas langkah-langkah yang sudah diterapkan dan memberikan rekomendasi perbaikan.

C. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap terakhir ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan program yang telah diberikan. Langkah-langkahnya:

- **Pendampingan:** Memberikan asistensi dalam implementasi strategi pemasaran digital dan rantai pasok, serta membantu peserta menghadapi kendala yang muncul.
- **Monitoring dan Evaluasi:** Melakukan pengukuran dampak dari program terhadap peningkatan pemasaran dan efisiensi rantai pasok.
- **Penyusunan Laporan dan Rekomendasi:** Hasil evaluasi dijadikan dasar untuk memberikan rekomendasi lebih lanjut bagi peserta agar dapat terus mengembangkan bisnisnya.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan di wilayah binaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Desa Karangsong, Kabupaten Indramayu. Pelaksanaan kegiatan melibatkan

puluhan nelayan dan pelaku usaha hasil laut lokal sebagai peserta.

1. Pelatihan Digitalisasi Pemasaran

Pelatihan dilakukan secara interaktif dengan metode workshop, melibatkan simulasi langsung pembuatan akun media sosial dan marketplace untuk menjual produk hasil tangkapan laut. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta, yang ditunjukkan dengan:

- 90% peserta berhasil membuat akun bisnis di WhatsApp Business dan Facebook Page.
- Sebagian peserta telah mulai mengunggah konten produk hasil laut secara berkala.
- Terbentuknya grup komunikasi digital antar nelayan untuk berbagi informasi pasar.

2. Optimalisasi Rantai Pasok

Kegiatan ini berfokus pada pengenalan metode penyimpanan dingin sederhana dan pengelolaan logistik distribusi hasil laut. Beberapa hasil yang dicapai antara lain:

- Penggunaan cool box meningkat sebagai upaya mempertahankan mutu hasil tangkapan.
- Diskusi kelompok menghasilkan pemetaan alur distribusi yang lebih efisien dengan mengurangi ketergantungan pada tengkulak.
- Peserta memahami pentingnya pencatatan hasil tangkap dan jadwal pengiriman.

3. Pendampingan dan Evaluasi

Tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi pascapelatihan selama satu bulan. Hasil evaluasi menunjukkan:

- Terjadi peningkatan pendapatan bagi 40% peserta yang aktif menerapkan digitalisasi.
- Meningkatnya kesadaran akan pentingnya branding produk hasil laut.
- Peserta merasa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan konsumen secara daring.

Dokumentasi Kegiatan:



Gambar 1. Salah satu pemateri sedang memberikan pelatihan pemasaran digital kepada nelayan.



Gambar 2. Peserta pelatihan aktif mengikuti sesi diskusi tentang optimalisasi rantai pasok.



Gambar 3. Foto bersama setelah sesi pelatihan selesai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan nelayan Indramayu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran serta memperbaiki efisiensi rantai pasok hasil laut. Dampak nyata dari program ini antara lain peningkatan keterlibatan nelayan dalam platform digital, pemanfaatan teknologi sederhana untuk penyimpanan hasil laut, serta tumbuhnya kesadaran kolektif terhadap pentingnya pengelolaan usaha secara modern.

Saran:

1. Program ini perlu diperluas ke desa pesisir lainnya dengan model pendampingan berkelanjutan.
2. Diperlukan dukungan kebijakan dari pemerintah daerah untuk memfasilitasi akses internet dan pelatihan lanjutan.
3. Perlu dikembangkan komunitas digital nelayan yang terintegrasi dengan pasar daring berbasis lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhuri, D. S., Rachmawati, L., Sofyanto, H., & Hamilton-Hart, N. (2016). *Green market for small people: Markets and institutional change in the Indonesian fishery*. *Marine Policy*, 67, 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2016.01.017>
- Fitriani, R., Hidayat, T., & Ramdani, R. (2020). Analisis efisiensi rantai



pasok hasil perikanan tangkap di Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 13(2), 149–158.

<https://doi.org/10.29239/j.agrikan.v13i2.12726>

Kusnadi, K. (2013). *Strategi penghidupan nelayan tradisional dan implikasinya terhadap kebijakan pembangunan perikanan*. Yogyakarta: LKiS.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.

Sari, R. D., Pratiwi, R. A., & Widodo, A. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk hasil laut oleh nelayan. *Jurnal Ekonomi Maritim*, 5(1), 55–62. <https://doi.org/10.24843/JEMAR.V5I1.2022>

Setiawan, A., & Handayani, P. W. (2021). Penerapan digital marketing untuk UMKM berbasis komunitas nelayan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 10(1), 21–30. <https://doi.org/10.24843/jtik.2021.v10.i01.p03>

Susilowati, I., Kusnadi, K., & Wahyuni, S. (2019). Transformasi ekonomi wilayah pesisir berbasis teknologi:, Iss. 3: 11-35.