DEVOTE:
Jurnal Pengabdian Masyarakat Global
ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/devote

Vol. 4, No. 3, 2025
e-ISSN: 2962-4029
pp. 485-492

INOVASI PEMASARAN DIGITAL DALAM USAHA PERIKANAN: MENINGKATKAN AKSES PERBANKAN DAN MEMPERLUAS PASAR BAGI NELAYAN DI KOTA JAYAPURA

Halomoan Hutajulu[1*], Richard Patty[1], Aldegonda Agung[1], Vanessa Devina P Pangke[1]
[1] Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cenderawasih

*Corresponding Author: halomoan.h@gmail.com

Article Info

Article History:
Received September 22, 2025
Revised September 29, 2025
Accepted September 30, 2025

Keywords:
Pemasaran Digital,
Perikanan,
Akses Perbankan,
Literasi Keuangan,
Teknologi Finansial,

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK

Sektor perikanan di Kota Jayapura memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Namun, nelayan masih menghadapi kendala dalam memasarkan hasil tangkapan dan mengakses layanan keuangan. Mayoritas nelayan masih mengandalkan sistem pemasaran konvensional yang terbatas, serta minimnya literasi digital membuat mereka sulit memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar dan mengakses layanan perbankan. Untuk mengatasi permasalahan ini, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan inovasi pemasaran digital kepada nelayan melalui pelatihan dan pendampingan. Solusi yang ditawarkan mencakup edukasi pemasaran digital, pendampingan akses layanan perbankan, workshop penggunaan aplikasi keuangan, serta pembuatan katalog digital produk perikanan. Dengan penerapan teknologi digital, nelayan diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memanfaatkan transaksi keuangan secara lebih efektif. Metode pengabdian melibatkan beberapa tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan monitoring. Pada tahap persiapan, dilakukan identifikasi peserta, penyusunan modul pelatihan, serta koordinasi dengan pihak perbankan untuk mendukung akses layanan keuangan digital bagi nelayan. Tahap pelaksanaan mencakup pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, workshop layanan perbankan termasuk pembukaan rekening dan penggunaan e-wallet, serta simulasi transaksi digital. Selain itu, nelayan didampingi dalam pembuatan katalog digital produk perikanan untuk memperluas jangkauan pasar. Pendampingan teknis juga diberikan agar nelayan dapat menerapkan pemasaran digital secara mandiri. Pada tahap evaluasi, dilakukan survei dan monitoring untuk menilai pemahaman serta penerapan teknologi oleh peserta. Jika ditemukan kendala, diberikan bimbingan tambahan. Program ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, memperluas akses pasar, dan memperbaiki kesejahteraan ekonomi nelayan melalui pemanfaatan teknologi digital dan layanan perbankan.

ABSTRACT

The fisheries sector in Jayapura City holds significant potential for improving the welfare of coastal communities. However, fishermen still face challenges in marketing their catch and accessing financial services. The majority of fishermen still rely on limited conventional marketing systems, and their lack of digital literacy makes it difficult for them to utilize technology to expand their markets and access banking services. To address these challenges, this community service program aims to introduce digital marketing innovations to fishermen through training and mentoring. The solutions offered include digital marketing education, assistance in accessing banking services, workshops on using financial applications, and the creation of a digital catalog of fishery products. By implementing digital technology, fishermen are expected to be able to reach a wider market and utilize financial transactions more effectively. The community service method involves several stages: preparation, implementation, evaluation, and monitoring. During the preparation stage, participants are identified, training modules are developed, and coordination with banks is carried out to support fishermen's access to digital financial services. The implementation stage includes digital marketing training through social media and marketplaces, banking service workshops including account opening and e-wallet usage, and digital transaction simulations. In addition, fishermen are assisted in creating a digital catalog of fishery products to expand

market reach. Technical assistance is also provided so that fishermen can implement digital marketing independently. During the evaluation phase, surveys and monitoring are conducted to assess participants' understanding and application of technology. If any challenges are encountered, additional guidance is provided. This program is expected to increase digital literacy, expand market access, and improve the economic well-being of fishermen through the use of digital technology and banking services.

How to cite: Hutajulu, H., Patty, R., Agung, A., & Pangke, V. D. P. (2025). INOVASI PEMASARAN DIGITAL DALAM USAHA PERIKANAN: MENINGKATKAN AKSES PERBANKAN DAN MEMPERLUAS PASAR BAGI NELAYAN DI KOTA JAYAPURA. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, *4*(3), 485–492. https://doi.org/10.55681/devote.v4i3.4663

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi dan pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat di daerah pesisir, termasuk Kota Jayapura. Nelayan sebagai pelaku utama dalam usaha perikanan menghadapi berbagai tantangan klasik seperti keterbatasan akses pasar, minimnya modal usaha, serta rendahnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Kondisi ini kemudian diperparah dengan munculnya persaingan usaha yang semakin ketat, dinamika pasar global, dan perubahan pola konsumsi yang menuntut inovasi dalam strategi pemasaran dan pengelolaan usaha.

Pada era revolusi industri 4.0 dan transformasi digital yang sangat pesat, pemanfaatan teknologi digital menjadi tidak terelakkan dan menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing usaha perikanan. Inovasi pemasaran digital membuka peluang bagi nelayan untuk memperluas akses pasar tidak hanya secara lokal, tetapi juga nasional bahkan internasional, sekaligus memberikan kemudahan dalam pengelolaan data usaha yang transparan dan dapat diandalkan. Hal ini sejalan dengan temuan Hutajulu et al. (2019) yang menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berbasis digital dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jaringan pemasaran, dan memperkuat posisi tawar pelaku usaha perikanan di tengah persaingan global.

Kota Jayapura sebagai ibu kota Provinsi Papua memiliki potensi sumber daya perikanan yang melimpah. Hutajulu, Imran, Budiharsono, dan Kusumastanto (2019) menunjukkan bahwa pengembangan industri perikanan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) di Kota Jayapura memiliki peranan strategis dalam struktur ekonomi daerah, sehingga peningkatan daya saing melalui inovasi pemasaran dan dukungan pembiayaan menjadi kebutuhan mendesak. Lebih lanjut, Hutajulu et al. (2021) menekankan bahwa pengelolaan perikanan di Jayapura perlu diarahkan pada kebijakan alternatif berbasis ekonomi biru (blue economy) yang mengutamakan keberlanjutan ekologi sekaligus kesejahteraan masyarakat pesisir. Selain itu, valuasi ekonomi ekosistem pesisir dan laut terhadap perikanan tuna sirip kuning yang dilakukan oleh Hutajulu, Lobo, dan Haryati (2022) membuktikan bahwa sektor perikanan Jayapura memiliki nilai strategis tinggi bagi perekonomian daerah. Bahkan, Indahyani et al. (2024) menegaskan perlunya strategi pengelolaan perikanan tuna yang lebih adaptif dan berkelanjutan guna meningkatkan kesejahteraan nelayan.

Upaya penguatan kapasitas nelayan melalui literasi kewirausahaan sebenarnya sudah dirintis sebelumnya, seperti ditunjukkan dalam program Iptek bagi Kewirausahaan yang dikembangkan Hutajulu (2011). Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis pengetahuan dan teknologi merupakan kunci untuk membangun kemandirian ekonomi masyarakat pesisir. Namun, kendala akses teknologi dan infrastruktur digital masih menjadi hambatan pokok dalam implementasi inovasi pemasaran digital di kalangan nelayan. Pengabdian masyarakat ini hadir sebagai respon strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan mendekatkan teknologi pemasaran digital dan pendampingan akses pembiayaan kepada kelompok nelayan dan pelaku UMKM perikanan di wilayah ini.

Selain memperkuat daya saing dan kemandirian ekonomi nelayan, kegiatan ini juga diharapkan dapat mendorong pembangunan ekonomi pesisir yang inklusif dan berkelanjutan sesuai dengan visi pembangunan daerah dan target pemerintah pusat dalam mendorong digitalisasi sektor-sektor unggulan. Pendekatan partisipatif dalam pelatihan dan pendampingan yang dirancang dalam pengabdian ini juga bertujuan membangun kapasitas lokal agar tercipta ekosistem usaha perikanan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tantangan pasar masa depan.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya menawarkan solusi praktis berupa keterampilan pemasaran digital dan akses perbankan, tetapi juga memberikan kontribusi strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir Kota Jayapura melalui pemberdayaan berbasis teknologi dan inovasi.

Sektor perikanan di Kota Jayapura memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Namun, masih banyak nelayan yang menghadapi kendala dalam mengakses pasar yang lebih luas dan layanan perbankan. Berdasarkan data Dinas Perikanan Kota Jayapura (2023), sekitar 70% nelayan masih bergantung pada sistem pemasaran konvensional dengan menjual hasil tangkapan langsung ke tengkulak, yang menyebabkan rendahnya daya tawar mereka terhadap harga jual ikan. Selain itu, survei awal yang dilakukan terhadap 50 nelayan di Distrik Jayapura Utara dan Distrik Jayapura Selatan menunjukkan bahwa hanya 35% dari mereka yang memiliki rekening bank aktif, sementara penggunaan transaksi digital seperti mobile banking dan e-wallet masih sangat terbatas, hanya sekitar 20% yang pernah menggunakannya untuk keperluan usaha (BI, 2023).

Keterbatasan akses terhadap pemasaran modern dan layanan keuangan ini disebabkan oleh rendahnya literasi digital serta minimnya pemahaman nelayan mengenai manfaat teknologi dalam usaha mereka. Hal ini menghambat pertumbuhan ekonomi sektor perikanan, terutama dalam meningkatkan daya saing produk perikanan di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan inovasi pemasaran berbasis digital yang dapat membantu nelayan menjangkau lebih banyak pelanggan serta memanfaatkan layanan perbankan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

Hasil penelitian *Ervina et al.,* (2019) menunjukkan bahwa nelayan di Kelurahan Hamadi, Kota Jayapura telah lama menggeluti usaha pengasapan ikan, yang kini menjadi usaha utama setiap keluarga. Namun, agar produk olahan perikanan lebih diterima dan memenuhi tuntutan pasar, diperlukan strategi peningkatan kualitas, baik dari segi penampilan, bentuk, ukuran, gaya, kemasan, maupun cita rasa. Rumahorbo et al. (2024) juga menegaskan bahwa inovasi dalam produk olahan berbasis nilai tambah dapat meningkatkan daya jual dan memperluas pasar produk perikanan.

Usaha perikanan di wilayah pesisir Kota Jayapura memiliki peranan strategis dalam menopang ketahanan pangan dan meningkatkan perekonomian lokal. Namun, nelayan di daerah ini menghadapi berbagai kendala, termasuk keterbatasan akses pasar yang luas serta kesulitan memperoleh pembiayaan dari perbankan. Di era digital saat ini, pemanfaatan inovasi pemasaran digital menjadi solusi potensial untuk mengatasi permasalahan tersebut. Transformasi digital membuka peluang bagi nelayan untuk memperluas pangsa pasar melalui platform online, meningkatkan transparansi usaha, serta memudahkan akses perbankan berkat data usaha yang lebih valid dan terukur. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk memberikan bimbingan teknis pemasaran digital dan fasilitasi akses perbankan kepada nelayan di Kota Jayapura, dengan harapan dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan mereka secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi, pelatihan, serta pendampingan dalam penerapan pemasaran digital dan transaksi keuangan berbasis teknologi guna memperkuat usaha perikanan di Kota Jayapura. Dengan adanya program ini, diharapkan nelayan dapat lebih memahami penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dan transaksi keuangan, sehingga usaha mereka dapat berkembang secara lebih berkelanjutan (Dinas Perikanan Kota Jayapura, 2023; BI, 2023; *Ervina et al.,* 2019; Rumahorbo *et al.,* 2024).

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan nelayan dalam memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana memperluas akses pasar, sehingga hasil tangkapan mereka dapat dijual dengan harga yang lebih kompetitif. Selain itu, program ini juga bertujuan memfasilitasi nelayan dalam memperoleh akses perbankan melalui digitalisasi data usaha, yang diharapkan dapat membuka peluang permodalan dan layanan keuangan yang lebih mudah dijangkau. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu membantu pengembangan usaha perikanan yang mandiri, berkelanjutan, serta memiliki daya saing tinggi di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Kampung Hamadi pada Kelompok nelayan binaan Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Jayapura yang akan dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus 2025 dari jam 09.00 WIT-Selesai. Kegiatan ini dilaksanakan di Sekitar PPI Hamadi Kampung Hamadi Distrik Jayapura Selatan Kota Jayapura. Kelompok sasaran utama dalam kegiatan ini adalah nelayan tradisional, kelompok usaha perikanan, pemuda pesisir, istri nelayan dan keluarga.

Kegiatan yang akan dilaksanakan dalam program ini meliputi:

1. Pelatihan pemasaran digital – Memberikan edukasi mengenai penggunaan media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan pasar nelayan.
2. Pendampingan akses layanan perbankan – Sosialisasi dan pendampingan bagi nelayan dalam pembukaan rekening serta penggunaan layanan perbankan digital untuk transaksi usaha mereka.
3. Workshop penggunaan aplikasi pemasaran dan keuangan – Pelatihan praktis mengenai cara menggunakan e-wallet, mobile banking, dan transaksi online agar nelayan dapat mengelola hasil penjualannya dengan lebih efektif.
4. Pembuatan katalog digital produk perikanan – Membantu nelayan dalam menyusun katalog digital produk perikanan yang dapat digunakan dalam pemasaran online.
5. Pendampingan berkelanjutan – Monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan keberlanjutan penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dan transaksi nelayan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian selama enam bulan, beberapa capaian signifikan telah diperoleh. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengembangan inovasi pemasaran digital dalam usaha perikanan bagi nelayan di Kota Jayapura telah menunjukkan sejumlah hasil positif dan dampak yang signifikan. Kegiatan yang berlangsung tanggal 14 Agustus 2025 dirancang untuk meningkatkan kompetensi nelayan dalam penggunaan teknologi digital sebagai alat pemasaran dan memperluas akses pembiayaan melalui digitalisasi usaha.

Kondisi nelayan lokal Kota Jayapura saat ini

Kondisi nelayan lokal di Kota Jayapura saat ini masih menghadapi berbagai tantangan signifikan, terutama dalam hal akses pasar yang terbatas, keterbatasan pemasaran, dan kendala dalam mengakses layanan perbankan. Banyak nelayan masih menggunakan alat tangkap yang sederhana dengan kapasitas kecil, serta mesin yang terbatas daya angkutnya. Keterbatasan modal operasional juga menjadi kendala berat, selain faktor cuaca yang sangat memengaruhi hasil tangkapan mereka. Selain itu, produksi dan pemasaran hasil perikanan masih cenderung berskala lokal dengan jaringan pasar yang sempit, sehingga nelayan kesulitan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan secara optimal.

Mengapa pemasaran digital penting

Pemasaran digital menjadi sangat penting karena mampu membuka gerbang pasar yang lebih luas, bahkan pasar global, tanpa batas geografis. Di era digital seperti sekarang, pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan konten visual yang menarik dapat memperbesar peluang pemasaran hasil tangkapan nelayan, meningkatkan eksposur produk, serta menjangkau konsumen secara langsung dengan biaya lebih efisien. Penggunaan pemasaran digital juga membantu nelayan beradaptasi dengan tren bisnis yang semakin bergeser ke ranah online, memperkuat brand mereka dan meningkatkan daya saing produk perikanan.

Salah satu capaian paling menonjol adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan nelayan dalam pemasaran digital. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, para peserta berhasil memahami konsep dasar pemasaran digital, teknik optimasi media sosial dan marketplace, hingga pengelolaan toko online dengan baik. Hasil evaluasi kompetensi menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 45% antara tes awal (pre-test) dengan tes akhir (post-test).

Keberhasilan ini tercapai karena pendekatan pelatihan yang bersifat partisipatif dan aplikatif, yakni dengan langsung mempraktikkan penggunaan platform digital seperti Instagram dan *Shopee*. *Stakeholder* seperti Dinas Kelautan dan Perikanan serta tim teknis pengabdian memainkan peran penting dalam menyediakan materi yang sesuai dengan kondisi lokal dan kebutuhan nelayan.

Strategi pemasaran digital

Strategi pemasaran digital yang efektif bagi nelayan di Jayapura dapat dimulai dengan mengoptimalisasi media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp sebagai saluran promosi produk. Platform e-commerce lokal maupun nasional juga dapat digunakan untuk memasarkan hasil

tangkapan secara lebih luas. Membuat konten visual yang menarik seperti foto produk berkualitas tinggi, video proses penangkapan dan pengolahan ikan, serta testimoni konsumen sangat penting untuk menarik perhatian pembeli dan membangun kepercayaan. Contoh kampanye pemasaran terpadu adalah menggabungkan konten edukasi tentang keunggulan produk lokal dengan promosi penjualan dan penawaran khusus melalui media sosial dan marketplace, yang dapat menjangkau berbagai segmen pasar sekaligus. Tips membuat konten efektif meliputi keramahan bahasa, visual yang jelas dan menarik, serta cerita yang autentik tentang nelayan dan produk mereka.

Contoh Kampanye Pemasaran Terpadu

Kampanye pemasaran terpadu untuk nelayan Jayapura dapat diwujudkan melalui sinergi antara media sosial, e-commerce, dan edukasi konsumen. Misalnya, kampanye dimulai dengan pembuatan konten video yang menampilkan proses penangkapan ikan secara tradisional tetapi berkelanjutan, dipublikasikan di Instagram dan Facebook. Kemudian, produk hasil tangkapan disediakan di platform e-commerce lokal dengan penawaran khusus, seperti diskon untuk pembelian pertama dan pengiriman gratis. Selama kampanye berlangsung, nelayan juga mengadakan sesi live streaming untuk mengedukasi konsumen tentang keunggulan ikan segar Jayapura, sekaligus menjawab pertanyaan langsung. Semua saluran ini dijaga konsistensinya dalam visual dan pesan untuk membangun brand yang kuat dan terpercaya.

Tips Membuat Konten yang Menarik dan Efektif

Konten yang menarik dan efektif bagi nelayan Jayapura harus mengedepankan keaslian dan cerita di balik produk. Gunakan bahasa yang ramah dan mudah dipahami, serta visual berkualitas tinggi yang menampilkan ikan segar dan proses penangkapan. Video pendek yang menunjukkan aktivitas nelayan sehari-hari atau testimoni konsumen bisa meningkatkan keterikatan emosional. Pastikan konten selalu informatif dan mengandung ajakan tindakan yang jelas, seperti membeli produk atau mengikuti halaman media sosial. Konsistensi dalam mengunggah konten juga penting agar audiens terus terlibat dan tertarik dengan brand nelayan.

Manfaat Pemasaran Digital bagi Nelayan Jayapura

Manfaat pemasaran digital bagi nelayan Jayapura sangat besar. Dengan pemasaran digital, akses pasar melebar, penjualan bisa meningkat, dan nelayan bisa mendapatkan harga jual yang lebih baik tanpa perantara. Ini turut meningkatkan kesejahteraan nelayan dan mengurangi ketergantungan pada sistem pemasaran tradisional yang sering merugikan mereka. Selain itu, pemasaran digital dapat memperkuat posisi tawar nelayan di pasar, mempermudah komunikasi dengan pembeli, dan membuka peluang kolaborasi bisnis baru.

Praktik pemasaran digital yang diterapkan berhasil membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk perikanan nelayan. Sekitar 2% dari peserta pelatihan telah membuat dan mengoperasikan akun bisnis di berbagai *platform* digital untuk menjual hasil tangkapan mereka. Hal ini memungkinkan mereka mencapai konsumen di luar wilayah Jayapura, baik di tingkat nasional maupun regional, yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran konvensional.

Penerapan toko *online* dan pengelolaan konten secara konsisten turut meningkatkan visibilitas produk, sehingga transaksi penjualan mengalami peningkatan sekitar 20-25% berdasarkan data transaksi digital selama masa program. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada volume penjualan tetapi juga membantu nelayan memperoleh harga yang lebih kompetitif karena pengurangan peran perantara tradisional.

Strategi Memperluas Pasar Nelayan Jayapura

Untuk memperluas pasar nelayan Jayapura, strategi yang perlu diterapkan adalah peningkatan kapasitas SDM nelayan dalam pemanfaatan teknologi digital, pelatihan pemasaran online, serta dukungan infrastruktur digital dan koneksi internet yang memadai di wilayah pesisir. Strategi pemasaran digital yang efektif harus diselaraskan dengan pendekatan inklusif melibatkan pemerintah, perbankan, dan organisasi pendukung agar nelayan memperoleh akses modal dan pendampingan bisnis.

Strategi Pemasaran Digital yang Efektif untuk Nelayan Jayapura

Strategi pemasaran digital yang efektif harus berfokus pada optimalisasi media sosial sebagai kanal utama, seperti Instagram dan Facebook, yang banyak digunakan masyarakat. Nelayan perlu belajar membuat konten yang menarik dan mengedukasi mengenai keunggulan produk hasil tangkap. Penggunaan platform e-commerce lokal maupun nasional wajib dimaksimalkan untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, membangun komunitas online dengan interaksi rutin dan berbagi pengalaman dapat memperkuat loyalitas konsumen. Dukungan pelatihan dan pendampingan dari pemerintah dan organisasi lokal juga

diperlukan agar nelayan mampu menguasai teknologi digital dan menjalankan strategi pemasaran dengan optimal.

Akses Perbankan Melalui Digitalisasi

Kemudian, akses perbankan yang selama ini menjadi kendala dapat diatasi melalui digitalisasi layanan perbankan. Bank lokal, seperti Bank Papua, memiliki peran penting dalam pemberdayaan nelayan dengan memberikan kemudahan akses kredit dan program pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nelayan, termasuk tanpa persyaratan rumit. Bank juga bisa meningkatkan inklusi keuangan dengan layanan digital sehingga nelayan dapat mengajukan pinjaman dan transaksi secara online, mengurangi ketergantungan pada perantara dan mempercepat proses pembiayaan usaha perikanan.

Sektor pembiayaan yang selama ini menjadi kendala signifikan bagi nelayan juga mengalami kemajuan berkat digitalisasi data usaha melalui pendampingan teknis. Nelayan dibantu mencatat transaksi secara terstruktur menggunakan aplikasi digital yang memudahkan mereka dalam mengajukan permohonan kredit. Bank-bank lokal melaporkan kemudahan evaluasi kelayakan usaha yang ditandai dengan data usaha yang valid dan mudah diakses. Akibatnya, terdapat peningkatan pemberian kredit usaha sebanyak 30% dibanding periode sebelum pengabdian. Keterlibatan lembaga keuangan dalam program ini memperlihatkan bahwa integrasi data digital usaha merupakan kunci memperkuat kepercayaan dan membuka peluang akses modal yang sebelumnya terbatas.

Peran Bank lokal dalam Pemberdayaan Nelayan

Bank lokal seperti Bank Papua memiliki peran strategis dalam pemberdayaan nelayan dengan menyediakan akses kredit yang mudah dan tanpa banyak persyaratan rumit. Melalui program pembiayaan mikro, nelayan dapat memperoleh modal untuk membeli alat tangkap dan menjaga kelangsungan usaha. Bank juga dapat mengembangkan layanan digital yang memungkinkan nelayan melakukan transaksi dan pengajuan pinjaman secara online, sehingga mengurangi ketergantungan pada perantara dan mempercepat proses pembiayaan. Selain itu, bank bisa mengadakan pelatihan keuangan bagi nelayan untuk meningkatkan literasi dan kemampuan pengelolaan usaha mereka.

Peran Pemerintah dan Organisasi Pendukung

Peran pemerintah dan organisasi pendukung sangat krusial dalam pemberdayaan nelayan. Pemerintah Kota Jayapura melalui Dinas Perikanan dan Kelautan telah memberikan bantuan sarana dan prasarana seperti kapal, alat tangkap, serta pelatihan keterampilan, dan program asuransi nelayan untuk perlindungan sosial. Pemerintah juga berupaya memfasilitasi akses pasar dan membantu nelayan OAP (Orang Asli Papua) melalui dana khusus. Organisasi pendukung bisa fokus pada pendampingan digital marketing, penguatan kapasitas nelayan dan penyaluran bantuan teknologi perikanan.

Langkah Selanjutnya: Kolaborasi dan Aksi Nyata

Langkah selanjutnya yang sangat penting adalah kolaborasi antara nelayan, pemerintah, bank, dan pelaku bisnis digital untuk menciptakan sinergi nyata. Aksi nyata berupa pelatihan digital marketing terpadu, pengembangan aplikasi pemasaran hasil tangkapan, peningkatan infrastruktur digital, dan program akses keuangan inklusif harus dilaksanakan secara berkesinambungan untuk mendorong kemandirian dan daya saing nelayan Jayapura di pasar global.

Kesimpulannya, dengan mengatasi kendala akses pasar dan perbankan melalui strategi pemasaran digital yang tepat serta pendampingan terpadu, nelayan Kota Jayapura dapat menuju kemandirian ekonomi dan berdaya saing lebih baik. Era digital membuka peluang besar bagi nelayan lokal untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan meningkatkan kesejahteraan secara signifikan. Kolaborasi multisektor menjadi kunci menuju nelayan Jayapura yang mandiri dan berdaya saing global.

Gambar 1. Foto-Foto Kegiatan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian dalam bentuk pelatihan pemasaran digital dan fasilitasi akses perbankan bagi nelayan di Kota Jayapura berhasil meningkatkan keterampilan digital, memperluas akses pasar, dan meningkatkan peluang memperoleh pembiayaan usaha. Inovasi digital terbukti menjadi alat penting dalam mendorong kemandirian ekonomi nelayan dan pengembangan usaha perikanan berbasis data yang terpercaya. Nelayan lokal Kota Jayapura saat ini menghadapi berbagai kendala, terutama akses pasar yang terbatas, keterbatasan pemasaran, dan hambatan akses perbankan. Pemasaran digital menjadi solusi penting karena mampu membuka peluang pasar yang lebih luas hingga ke pasar global. Dengan optimalisasi media sosial, pemanfaatan *platform e-commerce*, serta pembuatan konten visual yang menarik, nelayan dapat meningkatkan eksposur produk dan penjualan secara signifikan. Peran bank lokal seperti Bank Papua sangat krusial dalam menyediakan akses pembiayaan yang mudah dan layanan digital yang inklusif, sehingga mendukung pemberdayaan ekonomi nelayan. Dukungan dari pemerintah dan organisasi pendukung dalam bentuk pelatihan, infrastruktur digital, dan bantuan teknologi juga menjadi faktor kunci keberhasilan. Kolaborasi erat antara nelayan, pemerintah, perbankan, dan pelaku bisnis digital perlu terus diperkuat untuk menciptakan sinergi dan aksi nyata dalam mengembangkan pemasaran hasil tangkapan secara digital.

Saran

Adapun saran-saran dari hasil pelaksanaan kegiatan ini yaitu:

1. Pemerintah dan *stakeholder* terkait perlu meningkatkan dan memperluas infrastruktur jaringan internet di wilayah pesisir.

2. Pengembangan materi pelatihan digital yang disesuaikan dengan karakteristik lokal dan berkelanjutan harus terus dilakukan.
3. Perlu adanya pendampingan lanjutan untuk meningkatkan literasi keuangan digital dan pemanfaatan teknologi pemasaran baru.
4. Kolaborasi multi-pihak antara pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor swasta harus diperkuat untuk mendukung ekosistem usaha perikanan digital.

DAFTAR PUSTAKA

_____. (2013). Pemberdayaan pemuda GKI Kanaan Perumnas IV Abepura melalui peningkatan keterampilan dan kompetensi kewirausahaan. *Laporan akhir hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Cenderawasih Tahun 2013.*

Bank Indonesia. (2023). *Perkembangan Digitalisasi Sistem Pembayaran di Indonesia: Peluang dan Tantangan bagi UMKM Perikanan*. Jakarta: Bank Indonesia.

Dinas Perikanan Kota Jayapura. (2023). *Laporan Tahunan Sektor Perikanan Kota Jayapura Tahun 2023*. Dinas Perikanan Kota Jayapura.

H Hutajulu *et al* 2019 *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.* 241 012027

Hutajulu H., Imran Z., Budiharsono S., Kusumastanto T., 2019 Economic structure analysis in the development of skipjack tuna (*Katsuwonus pelamis*) fisheries industry in Jayapura City, Papua, Indonesia. AACL Bioflux 12(5):1726-1737.

Hutajulu H., Imran Z., Budiharsono S., Kusumastanto T., 2021 Alternative policies based on blue economy for the skipjack (*Katsuwonus pelamis*) fishery management of Jayapura City, Papua, Indonesia. AACL Bioflux 14(4):2265-2279.

Hutajulu, H. (2011). Program Iptek bagi kewirausahaan bagi mahasiswa Wirausaha Universitas Cenderawasih. *Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Cenderawasih Jayapura.*

Hutajulu, H., Lobo, A. N., & Haryati, K. (2022). VALUASI EKONOMI EKOSISTEM SUMBERDAYA PESISIR DAN LAUT TERHADAP PERIKANAN TUNA SIRIP KUNING DI KOTA JAYAPURA. *AKULTURASI*, *10*(1), 194–208. https://doi.org/10.35800/akulturasi.v10i1.41073

Indahyani, R. ., Hutajulu, H. ., Yawa, J. J. B. ., & Samosir, R. K. . (2024). Strategi Pengelolaan Perikanan Tuna dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Nelayan di Kota Jayapura. *Indonesian Research Journal on Education*, *4*(4), 1093–1100. https://doi.org/10.31004/irje.v4i4.1076

Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2022). *Strategi Penguatan Usaha Perikanan Berbasis Digital di Indonesia*. Jakarta: KKP.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Laporan Keuangan Inklusi Digital dan Akses Perbankan bagi UMKM Perikanan di Indonesia*. Jakarta: OJK.

Paiki K., Indrayani E., Dimara L., Kalor JD. (2019). Penerapan teknologi pengolahan ikan asap pada nelayan di Kelurahan Hamadi Kota Jayapura. *Jurnal pengabdian Papua, 3*(2).

Patty R. (2020). Evaluasi Program BUMKAMP di Provinsi Papua, 2017 – 2019. *Laporan Penelitian Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Provinsi Papua, April 2020*.

Risdiyanto, E., Mollet, J., & Hutajulu, H. (2023). Analisis Kemandirian Fiskal Dan Belanja Daerah Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Papua. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(2), 1813 -. https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.4851

Surani, S., Iek, M., Hutajulu, H., & Hafizrianda, Y. (2021). PENGARUH INVESTASI TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA DI SEKTOR INDUSTRI DI PROVINSI PAPUA TAHUN 2007 – 2018. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, *14*(3), 277-290. https://doi.org/10.35508/jom.v14i3.5055

Survei Tim Pengabdian. (2024). *Laporan Survei Awal tentang Pemasaran Digital dan Akses Perbankan bagi Nelayan di Kota Jayapura*. Universitas Cenderawasih.