



Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Tangkap yang Berdaya Saing di Kampung Nelayan, Kota Tarakan

Djuanda Hatta*, Agus Tri Darmawanto, Charitin Devi, Bernadeth Yosephine Priskilla Br Simangunsong

Universitas Borneo Tarakan

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Draft diterima: 7 Maret 2022

Revisi diterima: 17 Mei 2022

Diterima: 6 Juni 2022

Tersedia Online: 27 Juni 2022

Corresponding author:

*djuandahatta@borneo.ac.id

Citation: Hatta. D, Darmawanto. A. T, Simangunsong. B. Y. P. Br. 2022. Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Tangkap yang Berdaya Saing di Kampung Nelayan, Kota Tarakan. *Indonesian Journal of Community Empowerment and Service*. 2(1), pp: 20-25

ABSTRAK

Indonesia merupakan penghasil produk utama hasil pertanian (dalam arti luas) yang beberapa diantaranya memiliki keunggulan komparatif di dunia. Salah satu daerah di Kota Tarakan yang semua masyarakatnya perprofesi sebagai Nelayan Tangkap adalah Kampung Nelayan di Kelurahan Mamburungan. Hasil tangkapan nelayan umumnya langsung dijual dalam bentuk produk mentah. Masyarakat mulai mengolah hasil tangkapan secara sederhana dan bersifat usaha rumahan. Oleh karena itu, kami bermitra dengan masyarakat setempat bagaimana upaya dalam pengolahan hasil tangkapan nelayan. Masih lemahnya daya saing merupakan permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro, kecil dan menengah. Kegiatan bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran produk olahan yang dilakukan di masyarakat kampung nelayan Kota Tarakan. Metode kegiatan dilakukan dengan *treatment* langsung ke ibu rumah tangga dengan menguji pemahaman sebelum dan setelah pelatihan dengan analisis persentase penguasaan penggunaan aplikasi. Kegiatan yang telah dilakukan adalah pelatihan pemanfaatan aplikasi jual beli online dan aplikasi transaksi elektronik. Dengan dilaksanakan pelatihan ini, para peserta yang berjumlah 10 orang yang merupakan ibu rumah tangga/istri nelayan telah mampu melakukan *digital marketing* dengan tingkat penguasaan 68,33% menggunakan aplikasi jual beli *online* dan transaksi elektronik dengan menggunakan dompet digital dan *mobile banking* yang sebelumnya mereka hanya memanfaatkan fasilitas media sosial untuk bertransaksi.

Kata kunci: Strategi Pemasaran; Produk Olahan; Inovatif.

ABSTRACT

Indonesia is a producer of primary agricultural products (in a broad sense), some of which have comparative advantages in the world. One of the areas in Tarakan City where all of the people work as fishing fishermen is the Fisherman's Village in Mamburungan Village. The catches of fishermen are generally directly sold in the form of raw products. The community began to process their catch in a simple and home-based way. Therefore, we partnered with the local community on how to process fisherman catches. Weak competitiveness was a problem faced by micro, small and medium enterprises. The aim of this engagement is to improve the marketing strategy of processed products carried out in the fishing village community of Tarakan City. The method of activity was carried out by direct treatment to housewives by testing understanding before and after training with an analysis of the mastery percentage of using the application. Activities that had been carried out were training on the use of online buying and selling applications and electronic transaction applications. By implementing this training, the 10 participants who were housewives/fishermen's wives had been able to do digital marketing with a mastery level of 68.33% using online buying and selling applications and electronic transactions using digital wallets and mobile banking, previously they only used social media facilities for transactions.

Keywords: marketing strategy, processed products, innovative.

1. PENDAHULUAN

Sektor yang merupakan unggulan di Kota Tarakan adalah sektor perikanan. Berdasarkan data dari Badan Pusat

Statistik Kota Tarakan, (2021), nilai perikanan Tangkap Kota Tarakan menunjukkan angka yang paling tinggi. jumlah produksi sebanyak 13.430 ton dengan nilai sebesar Rp 378

milyar, jumlah nelayan sebanyak 5.145 orang, bahkan dari total nilai perikan di Provinsi Kalimantan Utara, lebih dari separuhnya berasal dari nilai perikanan Kota Tarakan.

Hal ini ditunjukkan pula dari kontribusi terhadap PDRB Provinsi Kalimantan utara yang mana sektor tersebut merupakan sektor unggulan, artinya secara proporsi besar dan secara pertumbuhan sektor tersebut tumbuh lebih cepat dari sektor lainnya. Namun, dari sektor industri pengolahan ikan tangkap masih menunjukkan kondisi yang tertinggal dengan nilai pengolahan ikan sebanyak 268,55 ton. Oleh karena itu, sebaiknya ada peningkatan sektor industri dengan dukungan berbagai macam potensi bahan mentah dan bahan baku yang melimpah. Dengan demikian, peningkatan semangat berwirausaha yaitu mengubah bahan mentah menjadi produk perlu di upayakan dalam peningkatan perekonomian di daerah ini melalui peningkatan pengolahan ikan hasil tangkap.

Kota Tarakan yang kaya hasil Perikanannya mesti didukung dengan kemandirian masyarakat dalam pengolahan produk perikanan menjadi produk olahan agar memberikan nilai tambah. Salah satu wilayah yang menggambarkan kondisi ini adalah Kampung Nelayan yang berlokasi di Kelurahan Mamburungan, atau sekitar bagian Selatan Kota Tarakan. Wilayah tersebut seluruh kepala keluarga/masyarakat berprofesi sebagai Nelayan Tangkap. Permasalahan yang ada, masyarakat kebanyakan langsung menjual hasil tangkapan kepada pengepul. Fenomena ini menunjukkan kurangnya nilai tambah yang semestinya berpotensi untuk meningkatkan taraf perekonomian masyarakat.

Dunia bisnis tidak akan terlepas dengan sebuah persaingan ketat yang tidak dapat dihindari. Ancaman dari dalam maupun dari luar negeri akan menuntut setiap usaha kecil dan menengah (UKM) harus mampu bersaing menghadapi peluang maupun ancaman yang akan berakibat kepada maju dan menurunnya usaha yang digeluti, oleh sebab itu UKM harus peka terhadap keinginan konsumennya secara khusus dan keinginan pasar secara umum, serta selalu melakukan mampu bersaing dengan produk lainnya.

Sudah sepatutnya UKM harus berupaya untuk tetap menjaga eksistensinya dan meminimalisir kelemahan dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki oleh UKM tersebut. Dengan demikian penetapan strategi-strategi yang tepat akan menjaga kelangsungan hidup UKM dan akan tetap mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Usaha kecil dan menengah UKM dewasa ini mengalami permasalahan yang serius, hal demikian disebabkan karena perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat serta siklus produk yang semakin pendek. Selain itu, kebutuhan konsumen yang beraneka ragam yang menuntut para

pengusaha untuk lebih peka, kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk-produk baru yang pada nantinya dapat bersaing di pasaran. Dengan adanya tekanan persaingan yang begitu ketat akan berdampak langsung ataupun tidak langsung terhadap kinerja organisasi maupun perusahaan baik skala kecil maupun dalam skala besar. Sebagian UKM masih mempunyai berbagai kelemahan yang bersifat eksternal, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang kurang strategis, kurang cekatan dalam peluang.

Fisu (2019) menyatakan bahwa *masterplan* kawasan industri perikanan direkomendasikan untuk dikembangkan, sehingga hal ini menunjukkan bahwa sektor perikanan di Kota Tarakan lebih berkembang ke arah sektor industri yang lebih kepada produk olahan. Ketika masyarakat telah memulai mengolah produk perikanan, maka perlu menambah pengetahuan ke arah pemasaran produk untuk keberlanjutannya. Kawasan Kampung Nelayan masih mengalami permasalahan terkait pengetahuan pelaku ekonominya dalam hal memasarkan beberapa produk olahan yang mereka hasilkan. Lemahnya pemasaran ini terkait dengan aspek pengetahuan yang belum berkembang dan bersaing dengan industri pengolahan lain di Kota Tarakan. Pelatihan perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berwirausaha utamanya menghasilkan produk yang inovatif dan melakukan strategi usaha. Dengan demikian masyarakat memiliki rasa percaya diri dalam bersaing di dunia usaha dan memasarkan produk yang mereka hasilkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kami tertarik untuk melakukan suatu program ilmiah kemitraan bagi masyarakat dengan judul "Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Tangkap yang Berdaya Saing di Kampung Nelayan Kota Tarakan". Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan mitra antara lain, masih kurangnya wawasan dalam peningkatan nilai tambah khususnya aspek pemasaran produk olahan hasil tangkapan, kurangnya inovasi strategi dalam upaya peningkatan daya saing produk di Kampung nelayan Kota Tarakan.

Berbagai permasalahan dalam industri kecil di antaranya adalah lemahnya akses dan penetrasi pasar dan terbatasnya akses pasar (Hasyim & Hasan, 2017). Hal ini juga dialami mitra masyarakat Kampung Nelayan dalam menjalankan industri kecil yang mereka upayakan. Masyarakat kampung nelayan belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digitalisasi yang seharusnya bisa menopang aktifitas industri terkait pemasaran.

Program ini bertujuan untuk memberikan kemampuan dalam meningkatkan daya saing pemasaran produk olahan

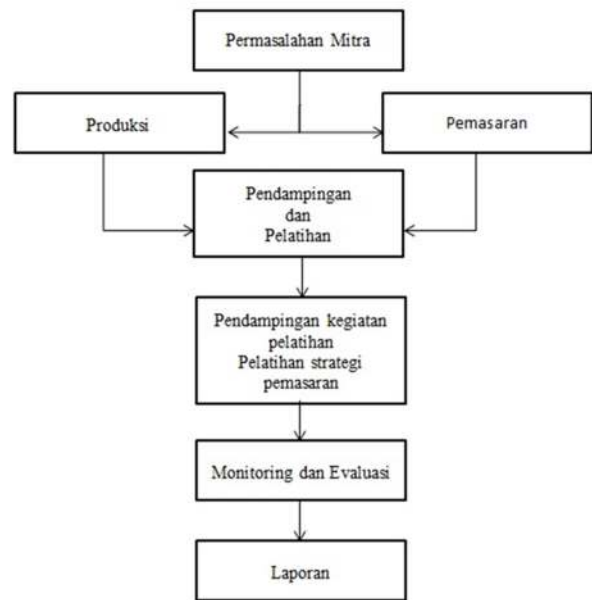
di Kampung Nelayan Kota Tarakan dan memberikan pemahaman kepada peserta pelatihan menggunakan fitur-fitur yang ada pada aplikasi jual beli *online* sehingga mempermudah masyarakat melakukan kegiatan jual beli dengan perluasan jangkauan pasar. Pelatihan transaksi elektronik memberikan pemahaman kepada peserta melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan aplikasi transaksi elektronik. Meningkatnya pengetahuan dan daya saing produk, masyarakat yang berwirausaha akan memiliki rasa percaya diri dalam memasarkan produk olahan hasil laut andalan yang mereka miliki. Dengan demikian, sejalan dengan Hendratni, (2021), kegiatan ini menjadikan ekonomi masyarakat menjadi lebih cepat dan melancarkan kegiatan jual beli dan transaksi yang nantinya meningkatkan aktifitas industri pengolahan hasil tangkap.

Adapun urgensi program adalah melihat sisi lain bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku utama, melainkan ada dampak yang terjadi yang di alami khususnya dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan demikian nantinya akan di tingkatan daya saing dalam hal pemasaran produk olahan yang berbahan dasar hasil laut di Kampung Nelayan.

Target dari program ini adalah untuk memberikan kemampuan dan pengetahuan masyarakat dalam upaya meningkatkan daya saing produk olahan hasil laut di Kampung Nelayan Kota Tarakan. Dengan memiliki pengetahuan maka pelaku usaha di wilayah sekitar akan lebih percaya diri dalam melakukan sentuhan kreativitas-kreativitas dan inovasi-inovasi terhadap produk olahan yang mereka miliki. Sejak 2020 kami telah bermitra dengan masyarakat kampung Nelayan dalam upaya memberikan pengetahuan masyarakat dalam upaya peningkatan nilai tambah hasil tangkapan. Pada awal kegiatan masyarakat diberikan pemahaman tentang pentingnya peningkatan ekonomi keluarga dengan memanfaatkan potensi yang ada.

Potensi yang dimiliki adalah hasil tangkapan nelayan setempat berupa ikan dan udang. Kebanyakan masyarakat mengolah dengan cara mengeringkan hasil tangkapan tersebut untuk pengawetannya. Potensi yang ada yaitu produk tersebut bisa mendapatkan nilai tambah ketika diolah menjadi berbagai produk olahan, misalnya bakso udang, keripik, emping udang, terasi, dan pengemasan produk. Dalam melakukan kemitraan ini, masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga diberikan pelatihan terkait pemasaran dalam upaya strategi bersaing untuk meningkatkan produk olahan yang lebih inovatif. Hal ini masih berkaitan dengan nilai tambah sesuai dengan semangat kami bermitra dengan masyarakat setempat. Adapun kegiatan utama yang kami lakukan adalah Pelatihan

dan Pendampingan sebagaimana dapat kami rumuskan dalam diagram berikut :



Gambar 1. Diagram pelatihan dan pendampingan

Pelatihan penting dilakukan dengan harapan pelaku usaha yang dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga atau istri-istri nelayan memperoleh pengetahuan dalam berwirausaha, yaitu *planing, processing, producing, actuating and controlling*. Pengetahuan sangat penting guna menumbuhkan rasa percaya diri para pelaku usaha. Masyarakat nantinya mampu menghasilkan Produk olahan yang inovatif kemudian memasarkannya dengan sentuhan digitalisasi *marketing*, mereka percaya diri untuk memberikan sentuhan-sentuhan pada produk mereka baik berupa desain produk, plating, rasa, dan pengemasan.

Semua aktivitas di atas dapat dilakukan dengan metode pelatihan secara langsung dengan melibatkan *coach* yang mengetahui tentang kewirausahaan, dan masyarakat peserta pelatihan yang dalam hal ini adalah ibu-ibu rumah tangga atau istri nelayan yang dilakukan di Kampung Nelayan rumah mereka yang dekat dengan bahan baku/*raw material oriented*.

Objek kegiatan ini adalah masyarakat/IRT di Kampung Nelayan Kota Tarakan Kota Tarakan. Mereka diharapkan mampu meningkatkan taraf perekonomian keluarga dengan melakukan aktivitas wirausaha. Dengan mandiri mereka dalam berwira usaha, maka mereka memiliki rasa percaya diri untuk terus berinovasi dalam menghasilkan kreasi-kreasi baru pada sentuhan produk yang mereka miliki

Lokasi program ini dilakukan di Kampung Nelayan, Kelurahan Mamburungan Kota Tarakan. Dengan diadakannya kegiatan pelatihan di wilayah atau tempat

mereka sendiri, maka akan lebih mudah memperoleh bahan baku yang bisa di dapatkan di sekitar mereka sendiri. Di samping itu mereka lebih leluasa dalam beraktifitas. Program ini akan dilakukan pada bulan Juni hingga September 2021. Kegiatan dilakukan dalam bentuk *coaching*/pelatihan terkait daya saing usaha dalam pemasaran.

2. METODE PELAKSANAAN

Langkah awal dilakukan kerjasama dengan Kepala RT setempat, dengan adanya kerja sama maka masyarakat setempat merupakan mitra kami dalam menjalankan program kegiatan. Langkah selanjutnya dilakukan koordinasi dalam komunikasi terhadap para ibu rumah tangga yang memiliki minat dalam berwirausaha. Dengan demikian kami dapat menyampaikan gambaran program yang akan kami jalankan. Setelah itu kami mengatur penjadwalan kegiatan yang mereka sepakati.

Kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan langsung di tempat tinggal mereka atau suatu tempat di wilayah tersebut yang memungkinkan dilakukan kegiatan berkelompok. Kegiatan sebelumnya dilakukan di rumah ketua RT setempat. Pelatihan dilakukan dengan menghadirkan pemateri yang memiliki keahlian dalam materi kewirausahaan. Pelaksanaan yang dilakukan pelatihan langsung yang dihadiri oleh pelaku-pelaku usaha dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga.

Betuknya adalah pemaparan dan praktek langsung yang dipandu oleh *coach*/pelatih dan bersifat interaktif. Untuk melakukan pemasaran secara *online* maka diperlukan pemanfaatan perangkat khususnya gawai yang dimiliki (Kurniawati et al., 2019). Adapun materi pelatihan adalah pemanfaatan *digital marketing* seperti memanfaatkan aplikasi *Shopee*, Tokopedia, dompet digital seperti *Link* aja, Dana, Ovo dan melakukan transaksi elektronik dengan memanfaatkan *mobile banking*. Penggunaan Dompet Digital sebagai alat pembayaran non-tunai bagi UMKM membantu masyarakat untuk kemudahan bertaransaksi (Zada & Sopiana, 2021).

Setelah dilakukan pelatihan, masyarakat setempat tetap menjadi mitra yang selalu dilakukan pemantauan sampai mereka memiliki produk yang bersaing dan memberikan kontribusi perekonomian masyarakat sekitar. Tahapan dilakukan hingga *monitoring* dan evaluasi (Wijoyo et al., 2020). Kemampuan literasi terhadap perangkat digitalisasi jual beli dan transaksi online diharapkan mampu mengangkat perekonomian masyarakat khususnya pendukung ekonomi keluarga yaitu para ibu-ibu rumah tangga. Merekalah yang mendukung suami yang aktivitas utamanya adalah melaut. Mereka melakukan aktifitas jual

beli dan transaksi terkait dengan hasil tangkap nelayan setempat.



Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Teknologi informasi dan komunikasi terus berkembang dan menjangkau hampir seluruh masyarakat. Demikian halnya masyarakat telah mengakses jaringan internet dengan kepemilikan perangkat. Namun masih mengalami kendala dalam kemampuan dalam mengoperasikan perangkat yang sampai hari ini menjadi alat dalam melakukan aktifitas.

Kegiatan pengabdian telah terlaksanakan pada tanggal 04 September tahun 2021 di Kampung Nelayan, Kelurahan Mamburungan, Kota Tarakan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan menerapkan protokol kesehatan. kegiatan ini dilaksanakan di tengah wabah pandemi *covid 19*, sehingga diperlukan perangkat tambahan berupa masker dan perlengkapan kesehatan lainnya. Adapun proses kegiatan dilaksanakan sebagaimana langkah-langkah sebagai berikut; perencanaan, persiapan, pelaksanaan, evaluasi, pelaporan.

Perencanaan

Perencanaan kegiatan dilakukan sejak April 2021 dengan melihat kondisi masyarakat nelayan yang layak untuk dijadikan mitra dalam program pengabdian kepada masyarakat. objek yang tepat untuk peningkatan nilai tambah adalah para ibu rumah tangga di kampung nelayan.

Berdasarkan kondisi di lapangan, masyarakat nelayan langsung memasarkan hasil tangkapnya tanpa mengolahnya terlebih dahulu menjadi produk jadi atau produk olahan. sehingga kemungkinan yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan adalah bagaimana ibu rumah tangga mampu menguasai aktivitas Pemasaran dengan memanfaatkan era digitalisasi dengan perangkat yang mereka miliki.

Aplikasi yang perlu dipersiapkan dan yang akan diberikan pelatihan kepada masyarakat adalah salah satu aplikasi jual beli *online* dan aplikasi pembayaran digital. sehingga ini mencakup Pelatihan strategi pemasaran produk olahan yang berdaya saing di kampung nelayan.

Persiapan

Adapun persiapan yang dilakukan terkait dengan pelatihan pemasaran produk olahan yang berdaya saing adalah aplikasi yang akan di dijadikan sebagai objek pelatihan. aplikasi tersebut adalah *shopee* dan aplikasi pembayaran digital berupa *ovo*, *gopay*, *link aja* dan aplikasi perbankan *mobile*.

Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan tim berangkat menuju lokasi kegiatan langsung di daerah Kampung Nelayan di rumah Ketua RT. kegiatan dilaksanakan di teras rumah yang memungkinkan dilakukannya kegiatan yang dihadiri oleh beberapa peserta khususnya para ibu rumah tangga sebagaimana pada gambar 2. lokasi tersebut sangat memungkinkan karena berada langsung di sekitar perumahan nelayan. waktu pelaksanaan juga dilaksanakan pada pagi hari di mana para suami mereka melakukan aktivitas nelayan dan para ibu rumah tangga melakukan aktivitas di rumah dan meluangkan waktunya untuk mengikuti kegiatan pelatihan ini. Agenda yang dilakukan adalah pengenalan terkait kegiatan kemitraan bagi masyarakat dan pelatihan langsung dengan berisi materi dan praktik. materi yang disampaikan langsung dengan memberikan narasi dan petunjuk penggunaan aplikasi jual beli *online* dan transaksi *online* dengan mengenali dan mempelajari fitur-fitur yang ada.



Gambar 3. Peserta pelatihan yang merupakan ibu rumah tangga/istri nelayan

Kemudian kegiatan praktik dilakukan langsung dengan membuka aplikasi dan bagaimana melakukan transaksi baik menjual produk maupun membeli produk. pemasaran yang

dimaksud adalah bagaimana Masyarakat khususnya ibu rumah tangga mampu menjual produk yang mereka mampu hasilkan secara efektif dan efisien pada aplikasi jual beli *online*. era digitalisasi juga didukung oleh sistem pembayaran *online* yang memudahkan dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi. Strategi yang dimaksud adalah bagaimana masyarakat mampu memperoleh kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas dalam proses pemasaran dan pembayaran secara *online*. Kegiatan ini tidak membutuhkan biaya yang besar karena langsung dilakukan di tempat masing-masing.

Evaluasi

Untuk menjamin kegiatan telah berjalan dengan semestinya maka dilakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan khususnya para peserta pelatihan. Peserta pelatihan telah mengetahui bagaimana melakukan transaksi jual beli dan memasarkan produk yang mereka miliki pada sebuah aplikasi jual beli *online*.. Demikian halnya pembayaran/transaksi elektronik dengan menggunakan aplikasi. Berdasarkan observasi pemahaman peserta sebelum dilakukannya pelatihan, mereka belum tau memanfaatkan fitur-fitur yang ada. Setelah dilakukan pelatihan maka peserta telah mengetahui pemanfaatan fitur-fitur untuk melakukan pemasaran dan transaksi. Semua aktivitas tersebut bertujuan untuk memperlancar aktivitas ekonomi masyarakat khususnya di Kampung Nelayan.

Luaran yang di capai

Adapun Luaran yang di capai adalah masyarakat telah memiliki pengetahuan dalam upaya peningkatan pendapatan keluarga dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Adapun aplikasi yang digunakan adalah Aplikasi jual beli *online* dan sistem pembayaran digital. Berdasarkan hasil observasi kami terhadap peserta sebelum dilakukan pelatihan dan evaluasi, mereka melakukan aktivitas transaksi dengan cara manual, dengan kata lain, masih memanfaatkan media sosial untuk melakukan aktivitas jual beli dan transaksi. Dengan diselenggarakannya pengabdian ini, berdasarkan hasil evaluasi maka 10 peserta telah mampu mengoperasikan fitur-fitur *digital marketing* seperti memanfaatkan aplikasi *Shopee*, *Tokopedia* dengan tingkat pemahaman 76%, dompet digital seperti *Link aja*, *Dana*, *Ovo* dengan tingkat pemahaman 65% dan melakukan transaksi elektronik dengan memanfaatkan *mobile banking* dengan tingkat penguasaan 64%. Dengan demikian maka hal tersebut memberikan kemudahan untuk minimalisasi biaya transaksi dan memperluas jejaring pemasaran bagi peserta secara khusus dan bagi masyarakat di kampung nelayan secara

umum. Dengan meningkatnya pemanfaatan fitur di era digitalisasi maka akan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan (Saifuddin, 2020).

4. KESIMPULAN

Dalam upaya peningkatan pendapatan keluarga maka para ibu rumah tangga di Kampung Nelayan telah mampu memanfaatkan perangkat digital untuk melakukan transaksi elektronik. Dengan demikian maka masyarakat lebih melek teknologi yang semakin mempermudah aktivitas ekonominya. Ada dua kegiatan yang telah dilaksanakan, yaitu melakukan jual beli *online* dengan menggunakan aplikasi jual beli *online* dan transaksi keuangan elektronik dengan menggunakan aplikasi transaksi elektronik berupa dompet digital dan *mobile banking*. Jual beli *online* semakin memudahkan pemasaran dengan meningkatnya produksi hasil olahan tangkapan dan transaksi elektronik menjadikan masyarakat lebih mudah melakukan transaksi pembayaran. Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam hal pemahaman terhadap perangkat digital, maka aktivitas ekonomi dalam hal ini industri pengolahan hasil tangkap akan semakin meningkat dan mendukung perekonomian dan pendapatan keluarga (Gumilang, 2019; Pradiani, 2018).

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian program ini yaitu LP2M Universitas Birneo Tarakan yang telah memberikan dukungan materil dan finansial.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Tarakan. (2021). *Perikanan Tangkap Kota Tarakan*.
- Fisu, A. A. (2019). *Analisis Kelayakan Ekonomi & Finansial pada Masterplan Kawasan Industri perikanan Kota Tarakan*. 1–13.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/96yzu>
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetitio.n.v10i1.25>
- Hasyim, S. H., & Hasan, M. (2017). Strategi Pemberdayaan dan Keunggulan Bersaing Industri Kecil. *Seminar Nasional Dies Natalis 56*, 185–192.
- Hendratni, T. W. (2021). Pelatihan Digital Marketing sebagai upaya peningkatan Pendapatan Bagi UMKM di kabupaten MBS. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 59–66.
<https://doi.org/10.36407/berdaya.v3i2.348>
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019).

Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) "SRIKANDI". *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 132–138.
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2722>

Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

Saifuddin, R. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 8(2), 183–192.
<http://journalbalitbangdalampung.org>

Wijoyo, H., Haudi, Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175.

Zada, C., & Sopiana, Y. (2021). Penggunaan E- Wallet atau Dompet Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 251–268.