

## PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI GUNA MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK MASYARAKAT DI KAMPUNG NELAYAN SEBRANG MEDAN BELAWAN

Sabrina Adela Br Sibarani<sup>1\*</sup>, Andreas Munthe<sup>2</sup>, Syanti Irviantina<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Mikroskil

\*Korespondensi: [sabrinasib26@gmail.com](mailto:sabrinasib26@gmail.com)

### ABSTRACT

*The impact of the Covid-19 pandemic has profoundly affected the economic condition of the people in the Kampung Nelayan Sebrang due to a decrease in sales turnover due to restrictions imposed by the government. So far, the sale of processed community products is still carried out conventionally, such as entrusting them to existing holding companies and at local stalls. The purpose of this community service is to provide literacy strengthening by conducting counseling and training to the community in the Kampung Nelayan Sebrang and forming local institutions that will be used as a driving force in the process of developing information technology to market products online, so that it is expected to increase the sales turnover of processed products in the community of Kampung Nelayan Sebrang. The result of this service is that Kampung Nelayan Sebrang already has a social media account, a shopee account, a tokopedia account and a website that is used as a forum to market processed community products online which is managed by Relawan TIK.*

**Keywords:** *Technology literation; conventional; online; social media; website; marketplace*

### ABSTRAK

Dampak pandemi Covid-19 sangat memengaruhi kondisi perekonomian masyarakat di Kampung Nelayan Sebrang karena mengalami penurunan omzet penjualan akibat adanya pembatasan-pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah. Selama ini penjualan produk olahan masyarakat masih dilakukan secara konvensional seperti menitipkan ke tauke-tauke penampung yang ada dan di warung-warung setempat. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini yaitu memberikan penguatan literasi dengan melakukan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat di Kampung Nelayan Sebrang serta membentuk lembaga lokal yang akan dijadikan motor penggerak dalam proses pengembangan teknologi informasi untuk memasarkan produk secara *online*, sehingga diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan produk olahan masyarakat di Kampung Nelayan Sebrang. Hasil dari pengabdian ini adalah Kampung Nelayan Sebrang sudah memiliki akun media sosial, Shopee, Tokopedia serta *website* yang digunakan sebagai wadah untuk memasarkan produk olahan masyarakat secara *online* yang dikelola oleh Relawan TIK.

**Kata Kunci:** *Literasi teknologi; konvensional; online; media sosial; website; marketplace*

### PENDAHULUAN

Kampung Nelayan adalah salah satu desa pesisir di Sumatera Utara terletak di Kelurahan Belawan I, Medan Belawan dengan luas wilayah sekitar 10 hektare dan terdiri dari 600 KK yang 85% mata pencaharian penduduknya adalah bekerja sebagai nelayan

(Fatimah & Siregar, 2020). Nelayan umumnya bertempat tinggal di pinggir pantai dan kehidupan masyarakatnya tidak lepas dari hasil laut (Fauzi & Adiputra, 2019). Secara geografis, Kampung Nelayan terletak pada posisi 3047'28,5"LU dan 98040'52,3"BT (Google Maps). Hubungan masyarakat dengan

pemanfaatan sumber daya untuk kegiatan ekonomi yang berada di tepi laut dapat dikelompokkan sebagai berikut: (1) Memanfaatkan langsung sumber daya yang tersedia dengan melakukan penangkapan ikan maupun membudidayakan ikan menggunakan jaring apung atau keramba. (2) Mengolah hasil tangkapan laut menjadi abon ikan, terasi udang, kerupuk ikan, *nugget*/bakso udang. (3) Menunjang kegiatan perekonomian seperti pemilik toko atau warung, tukang perahu serta buruh kasar (Kusnadi, Abdurrahman, Arifin, & Harjito, 2008). Bertolak dari variabel yang telah diuraikan oleh Kusnadi (2008) tersebut, maka Kampung Nelayan memiliki potret yang sesuai dengan deskripsi tentang masyarakat pesisir.

Masyarakat Kampung Nelayan Sebrang turut terkena dampak pandemi COVID-19 dan sangat memengaruhi kondisi perekonomian mereka karena terjadinya penurunan omzet penjualan dikarenakan adanya pembatasan-pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah sehingga makin terbatasnya tempat penjualan, dan juga banyak tauke-tauke yang mengurangi jumlah hasil tampungannya dan warung-warung yang tidak beroperasi lagi. Ada banyak olahan rumah tangga yang dihasilkan oleh masyarakat setempat terutama ibu-ibu rumah tangga seperti pengolahan udang asin, ikan asin dan olahan lain dari ikan.

Selama ini proses penjualan dari produk-produk olahan dilakukan secara konvensional seperti menitipkan ke tauke-tauke penampung yang ada dan di warung-warung setempat. Pemasaran produk yang masih menggunakan cara konvensional adalah salah satu permasalahan yang dapat diatasi menggunakan pemasaran secara *online* apalagi di tengah pandemi saat ini, karena bisa menjangkau jarak pemasaran yang lebih luas, jumlah konsumen yang lebih banyak dan waktu yang lebih efektif (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020). Minimnya pengetahuan masyarakat setempat mengenai pemanfaatan media internet dan perangkat teknologi informasi sebagai salah satu alternatif untuk memasarkan produk olahan mereka adalah

salah satu masalah yang harus diselesaikan dengan segera (Fedryansyah, Pancasilawan, & Zaenudin, 2020). Banyak cara yang dapat digunakan saat ini untuk melakukan penjualan produk secara *online* seperti penggunaan media sosial, *marketplace* dan *website-website* yang menyediakan informasi dan juga sebagai salah satu strategi promosi (Herdiansah, 2020). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Hardilawati bahwa pemanfaatan teknologi dapat membantu mereka dalam mempromosikan dan menjual produk/jasa tidak terbatas oleh jarak dan waktu serta cara berkomunikasi (Hardilawati, 2020). Hal ini juga dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Hendrawan dengan mengindikasikan kebenaran *digital marketing* dapat memengaruhi peningkatan kondisi pemasaran produk UMKM secara signifikan.

Melihat fenomena ini, maka tim pengabdian masyarakat memberikan penguatan edukasi literasi teknologi di Kampung Nelayan Sebrang, sehingga masyarakat dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, peralatan komunikasi dan/atau jaringan untuk mengakses komunikasi, mengatur dan menciptakan informasi sehingga bermanfaat dalam menunjang kehidupan mereka, memperluas pengetahuan dan tentunya juga dapat digunakan untuk pengembangan usaha mereka.

## METODE

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *Participatory Active Learning* yang melibatkan masyarakat, khususnya para remaja yang ada di Kampung Nelayan Sebrang. Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Universitas Mikroskil. Tim pengabdian masyarakat akan membuat strategi untuk penguatan literasi dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat serta membentuk relawan lokal yang akan dijadikan motor penggerak dalam proses pengembangan teknologi informasi di Kampung Nelayan Sebrang. Adanya organisasi sosial/pranata sosial seperti kelompok belajar

dan kelompok remaja yang umumnya adalah remaja-remaja yang putus sekolah, bisa diberdayakan sebagai ujung tombak yang akan dijadikan agen penggerak pemanfaatan teknologi informasi.

Situasi pandemi COVID-19 yang menimbulkan kebiasaan baru untuk menjaga jarak dan mengubah pola kerja (Resnawaty, Hasanah, & Mulyana, 2021). Maka program ini berjalan dengan melakukan pertemuan virtual (daring) sebesar 30% dan pertemuan secara langsung (luring) sebesar 70%. Pelaksanaan program pengabdian dilakukan berdasarkan beberapa tahapan sebagai berikut:

#### a. Tahap Persiapan

Tim melakukan survei awal ke lokasi sasaran, kemudian tim melakukan sosialisasi terkait program yang akan dijalankan kepada masyarakat setempat.

#### b. Tahap Pelaksanaan

(1) Melakukan pengadaan perangkat komputer dan kuota internet kepada masyarakat untuk mendukung pelaksanaan program.

(2) Memberikan sosialisasi pengenalan Teknologi Informasi Komunikasi serta penggunaan internet sehat dan aman.

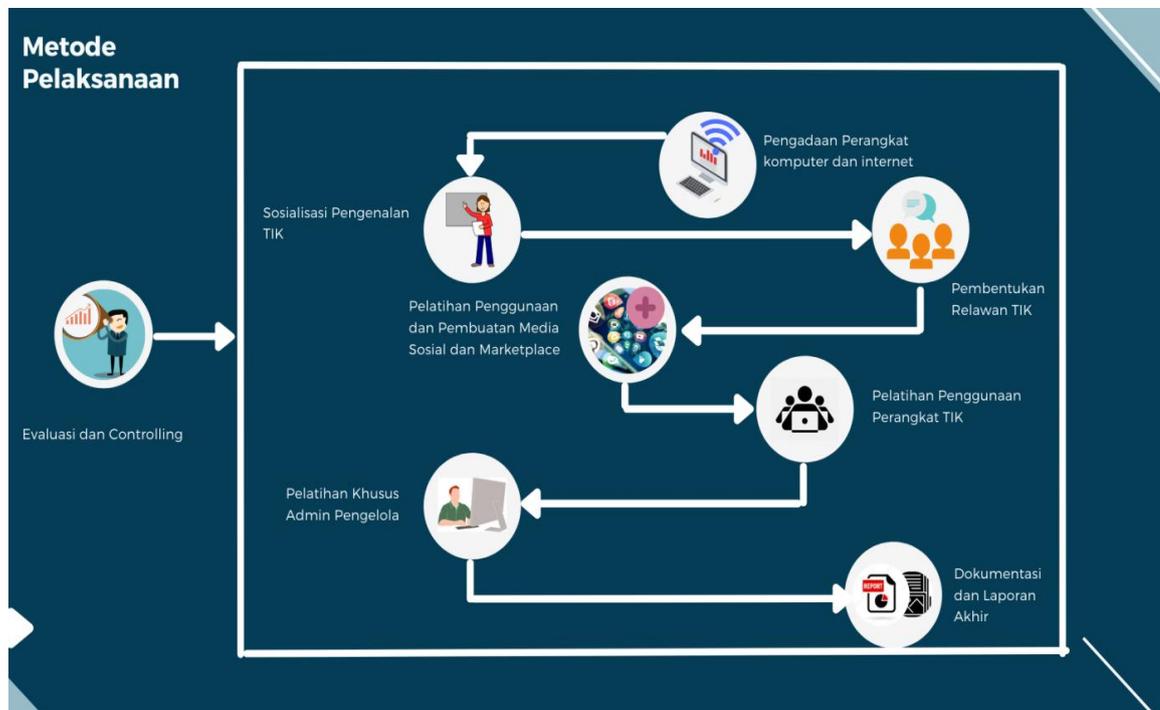
(3) Pembentukan kelompok Relawan TIK yang nantinya akan menjadi agen penggerak literasi teknologi.

(4) Memberikan pelatihan terkait pemanfaatan Teknologi Informasi dan pelatihan dalam pengelolaan akun media sosial, *marketplace* dan *website/blog* untuk memasarkan produk secara digital.

(5) Melakukan *monitoring* evaluasi dengan memberikan *pr-etest* dan *post-test* kepada masyarakat setiap kegiatan pelatihan dilakukan.

#### c. Tahap Akhir

Adapun tahap akhir dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini adalah melakukan *controlling* secara berkala kepada masyarakat.



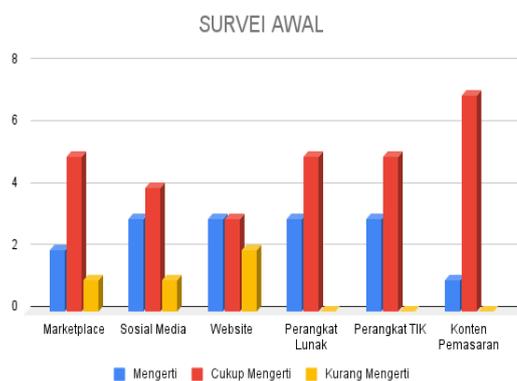
**Gambar 1. Skema Metode Pelaksanaan**  
(Sumber: Hasil Pembahasan Tim)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Tahap Persiapan

Persiapan awal dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini yaitu analisis kebutuhan dan memberikan sosialisasi kepada masyarakat setempat dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat bahwasanya dengan menggunakan teknologi informasi dapat meningkatkan pendapatan dan pemasaran produk yang dihasilkan masyarakat (Susanti, Gunawan, & Sukaesih, 2019). Di sisi lain program pengabdian masyarakat ini juga memiliki tujuan untuk memberikan motivasi kepada masyarakat khususnya para remaja setempat untuk menjadikan penggunaan teknologi informasi sebagai alat bagi mereka menggapai masa depan yang lebih baik.

Adapun pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dimulai dengan pemberian survei kepada masyarakat guna mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terhadap teknologi informasi. Survei ini dilakukan bukan hanya untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat saja, melainkan dapat juga dijadikan sebagai acuan bagi anggota tim untuk mengetahui di bidang mana saja masyarakat memiliki potensi yang layak dikembangkan dan apa kekurangan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai teknologi informasi.



**Gambar 2. Grafik Survei Awal**  
(Sumber: Hasil Pelaksanaan Survei)

Dari hasil survei yang didapat di atas, tim pengabdian masyarakat melakukan diskusi mengenai pembinaan atau pelatihan yang tepat untuk diberikan kepada masyarakat setelah tim menemukan kesimpulan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat setempat terkait teknologi informasi, yaitu:

- (1) Pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap penggunaan teknologi informasi masih kurang, baik dari penggunaan perangkat TIK hingga teknis dalam melakukan pemasaran *online* menggunakan teknologi informasi.
- (2) Pengetahuan masyarakat dalam penggunaan *marketplace* sebagai media untuk memasarkan produk olahan masyarakat secara *online* masih kurang.
- (3) Masyarakat belum memahami penggunaan dan pengelolaan *website* untuk memasarkan produk olahan masyarakat secara *online*.
- (4) Pemahaman masyarakat terhadap perangkat lunak yang digunakan untuk mendukung pemasaran produk olahan masyarakat secara *online* masih kurang.

### b. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini berfokus kepada potensi yang ada pada remaja di Kampung Nelayan Sebrang karena masih rendahnya pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dalam memasarkan produk olahan masyarakat setempat. Adapun pelatihan dan kegiatan yang sudah dilakukan sesuai dengan jadwal yang ditentukan tim yaitu:

- (1) Melakukan pengadaan barang berupa perangkat TIK dan kuota internet, meja komputer, Alat Tulis Kantor (ATK), dan lain sebagainya guna menyukseskan program pengabdian masyarakat yang akan dilakukan oleh tim.



**Gambar 3. Serah Terima Barang Kepada Masyarakat**

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

- (2) Melakukan sosialisasi pengenalan teknologi informasi komunikasi serta internet sehat dan aman yang dibawakan langsung oleh tim pengabdian masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada remaja setempat mengenai apa itu teknologi informasi, apa saja perangkat-perangkat teknologi informasi, mengetahui cara menggunakan internet yang sehat dan melindungi data-data pribadi pada saat melakukan proses memasarkan produk.

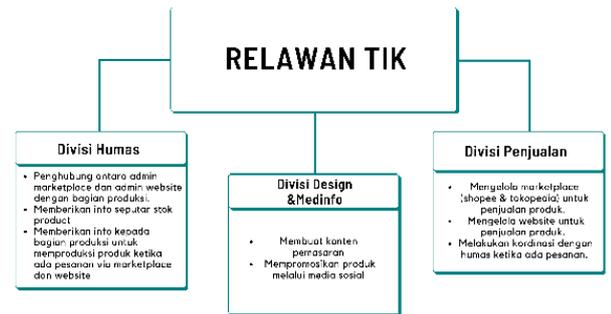


**Gambar 4. Sosialisasi Pengenalan TIK dan Internet Sehat**

(Sumber: Dokumentasi penulis)

- (3) Pembentukan kelompok masyarakat yang beranggotakan para remaja Kampung Nelayan Sebrang yang bernama “Relawan TIK”. Kelompok masyarakat inilah yang nantinya akan menjadi agen penggerak dalam memasarkan produk masyarakat secara *online*. Tim pengabdian masyarakat Universitas Mikroskil

membagi Relawan TIK tersebut kedalam divisi dengan deskripsi tugas sebagai berikut.



**Gambar 5. Struktur Tugas Relawan TIK Kampung Nelayan Sebrang**

(Sumber: Pelaksanaan Program Pengabdian pada Masyarakat)

- (4) Pelatihan penggunaan perangkat TIK dilakukan sebanyak 3 pertemuan untuk memperkenalkan kepada Relawan TIK cara menggunakan perangkat komputer yang telah disediakan untuk membantu mereka dalam memasarkan produk olahan masyarakat secara *online*.
- (5) Pelatihan pembuatan, penggunaan dan pengelolaan akun media sosial dan *marketplace* serta pembuatan konten produk untuk pemasaran yang dilakukan sebanyak 4 pertemuan. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada relawan TIK bagaimana pengelolaan akun media sosial, *marketplace*, dan membuat konten produk yang menarik guna menunjang pemasaran produk olahan masyarakat secara *online* dan dijangkau oleh masyarakat luas.
- (6) Pelatihan khusus untuk admin yang akan mengelola *website/blog*. Pelatihan dilakukan sebanyak 3 pertemuan untuk memastikan bahwasanya admin *website* dapat mengoperasikan *website* yang telah dibuat oleh tim. Admin *website* dipilih berdasarkan potensi dan progres terhadap pelatihan yang telah dilaksanakan.

**Tabel 1. Luaran yang Dihasilkan dari Pelatihan**

No	Platform	Nama Akun	Link Akun
1.	Website	Toko Nelayan	<a href="https://olahankampungnelayan.com">https://olahankampungnelayan.com</a>
2.	Instagram	Cemilan.knp	<a href="https://instagram.com/cemilan.knp?utm_medium=copy_link">https://instagram.com/cemilan.knp?utm_medium=copy_link</a>
3.	Facebook	Cemilan Knp	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100074386475579">https://www.facebook.com/profile.php?id=100074386475579</a>
4.	Shopee	Olahan Kampung nelayan	<a href="https://shopee.co.id/tokonelayan018?smmt=0.0.9">https://shopee.co.id/tokonelayan018?smmt=0.0.9</a>
5.	Tokopedia	Olahan Kampung nelayan	<a href="https://tokopedia.link/Oci5LZLrNlb">https://tokopedia.link/Oci5LZLrNlb</a>

(Sumber: Olahan Penulis)

**Gambar 6. Hasil Pembuatan Konten Pemasaran Produk**

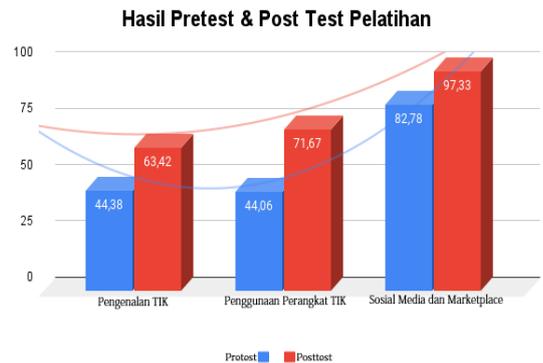
(Sumber: Pelaksanaan Program Pengabdian pada Masyarakat)

- (7) *Monitoring* evaluasi dilakukan dengan memberikan *pre-test* dan *post-test* kepada masyarakat setiap kegiatan pelatihan dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman masyarakat dan melihat progres mereka yang mengikuti pelatihan teknologi informasi yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan adalah

pertanyaan yang telah disesuaikan dengan topik pelatihan yang akan diberikan kepada mereka.

**c. Tahap Akhir**

Setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, tim melakukan *controlling* secara berkala melalui grup Whatsapp dan berkunjung ke Kampung Nelayan untuk membantu dan memberikan solusi kepada masyarakat jika terjadi kendala.

**Gambar 7. Grafik Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan**(Sumber: Hasil Pemberian *Pre-test* dan *Post-test* yang Dilakukan)**SIMPULAN**

Edukasi Literasi Teknologi merupakan solusi untuk mengatasi permasalahan masyarakat Kampung Nelayan Sebrang dalam melakukan pemasaran produk olahan masyarakat. Melalui program pengabdian pada masyarakat ini, Kampung Nelayan Sebrang sudah memiliki akun media sosial, *marketplace* khususnya Tokopedia dan Shopee serta *website* untuk memaksimalkan penjualan produk masyarakat secara *online*. Selain itu, melalui kegiatan ini sudah terbentuk sebuah kelompok masyarakat yaitu Relawan TIK yang akan menjadi agen penggerak dalam proses pengembangan teknologi informasi untuk memasarkan produk secara *online* di Kampung Nelayan Sebrang, juga terdapat peningkatan atau perubahan pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan teknologi informasi sebagai tempat pemasaran produk masyarakat secara *online*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fatimah, P. ., & Siregar, P. . (2020). Konsumsi Buah, Sayur Dan Ikan Berdasarkan Sosio Demografi Masyarakat Pesisir Provinsi Sumatera Utara Consumption of Fruits, Vegetables, and Fish Based on Socio-Demographic Coastal Communities of North Sumatra Province. *Scientific Periodical of Public Health and Coastal*, 2(1), 51–63.
- Fauzi, R., & Adiputra, K. (2019). Pola Struktur Dan Magang Pada Sistem Manajemen Tangkap Nelayan Muda Di Binuangeun. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(2), 222–228.
- Fedryansyah, M., Pancasilawan, R., & Zaenudin, M. (2020). PENGEMBANGAN POTENSI EKONOMI WILAYAH DALAM PERSPEKTIF KEWIRAUSAHAAN DI DESA KADAKAJAYA. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 533–538. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.30915>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Herdiansah, A. G. (2020). PENGEMBANGAN POTENSI KEWIRAUSAHAAN DENGAN PRINSIP PENTA HELIX DI DESA MARGAMEKAR KABUPATEN SUMEDANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 539–547. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.31078>
- Kusnadi, Abdurrahman, A., Arifin, S., & Harjito, D. A. (2008). Budaya Masyarakat Nelayan. *Jelajah Budaya*, 6(1), 1–19.
- Resnawaty, R., Hasanah, D., & Mulyana, N. (2021). PENINGKATAN KAPASITAS PEMASARAN BERBASIS MEDIA SOSIAL BAGI USAHA MIKRO DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 263–269.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248–261. <https://doi.org/http://10.24198/kumawula.vli3.25256>