

PEMBERDAYAAN DIGITAL KELOMPOK NELAYAN MELALUI PENGEMBANGAN WEBSITE PROMOSI PRODUK PERIKANAN MENGUNAKAN *PLATFORM GOOGLE SITES*

DIGITAL EMPOWERMENT OF FISHERMAN GROUPS THROUGH DEVELOPMENT OF A FISHERY PRODUCT PROMOTION WEBSITE USING THE GOOGLE SITES PLATFORM

I Gede Wiratmaja¹, Edi Elisa², I Nyoman Pasek Nugraha³, Nyoman Arya Wigraha⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Pendidikan Teknik Mesin FTK UNDIKSHA
e-mail: wiratmaja@undiksha.ac.id

Abstrak

Seiring dengan perkembangan teknologi, sistem pemasaran tradisional yang sebelumnya diandalkan oleh Kelompok Nelayan Segara Gunung menjadi tidak lagi relevan, sehingga mengakibatkan ketergantungan pada tengkulak yang berdampak pada rendahnya nilai jual produk perikanan. Untuk mengatasi masalah ini, sebuah program pengabdian kepada masyarakat diimplementasikan melalui pelatihan langsung yang membekali para nelayan dengan kemampuan untuk membangun dan mengelola situs web promosi secara mandiri menggunakan *platform* Google Sites. Program pelatihan ini berhasil mencapai hasil utama berupa peningkatan signifikan dalam hal literasi digital para nelayan serta mampu menciptakan sebuah *platform* pemasaran yang modern, praktis, dan mudah diakses. Implikasi strategis dari program pelatihan ini adalah peningkatan daya saing produk perikanan lokal dan perluasan jangkauan pasar yang dapat membuka jalan bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat kawasan pesisir yang lebih baik.

Kata kunci: Produk perikanan, pemasaran digital, teknologi informasi, pemberdayaan masyarakat

Abstract

With the development of technology, the traditional marketing system previously relied upon by the Segara Gunung Fishermen's Group has become irrelevant, resulting in dependence on middlemen and a low selling price for fishery products. To overcome this problem, a community service program was implemented through direct training that equipped fishermen with the skills to independently build and manage promotional websites using the Google Sites platform. This training program successfully achieved its main objectives of significantly improving the fishermen's digital literacy and creating a modern, practical, and easily accessible marketing platform. The strategic implications of this training program are an increase in the competitiveness of local fishery products and an expansion of market reach, which can pave the way for better economic welfare for coastal communities.

Keywords: *Fishery products, digital marketing, information technology, community empowerment*

1. PENDAHULUAN

Sektor perikanan memegang peran vital dalam menopang ketahanan pangan, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama bagi masyarakat yang tinggal di wilayah pesisir. Perkembangan teknologi digital yang pesat telah menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi model bisnis tradisional di sektor ini. Di satu sisi, sistem pemasaran konvensional mulai tergerus efektivitasnya; di sisi lain, adopsi teknologi membuka jalan bagi inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar secara eksponensial.

Kelompok Nelayan Segara Gunung, yang berlokasi di Desa Les, Buleleng, memiliki potensi hasil laut yang melimpah, termasuk tongkol, tuna, dan lemuru. Namun, potensi ini ternyata tidak diimbangi dengan sistem pemasaran yang memadai. Para nelayan masih sangat bergantung pada metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung kepada tengkulak atau di pasar lokal, yang mana menempatkan mereka pada posisi tawar yang lemah. Rantai distribusi yang panjang dan ketergantungan pada perantara menjadi salah satu penyebab utama harga jual produk menjadi fluktuatif dan sering kali tidak optimal, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap tingkat kesejahteraan para nelayan.

Beberapa riset sebelumnya telah mengkonfirmasi terkait dengan efektivitas intervensi berbasis web di sektor perikanan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa *platform* online tidak hanya memperluas jaringan pasar (Aliviyanti et al., 2021), tetapi juga menawarkan manfaat konkret di area khusus seperti budidaya ikan (Ramadan Kurniawan et al., 2023). Pemilihan *platform* yang mudah diakses menjadi krusial; Google Sites, secara khusus, memiliki rekam jejak yang terbukti dalam meningkatkan penjualan dan literasi teknologi bagi komunitas nelayan (Arianto Pasaribu et al., 2023). Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa sistem berbasis web memberikan keunggulan kecepatan dan aksesibilitas informasi produk (Robihul Mufid et al., 2024), serta dapat berhasil mendigitalisasi produk bernilai tambah seperti ikan olahan (Pratiwi et al., 2025). Secara kolektif, kumpulan riset ini menetapkan preseden yang jelas bahwa pemberdayaan digital berbasis web bukanlah sekadar konsep teoretis, melainkan sebuah strategi praktis berdampak tinggi bagi komunitas nelayan pesisir seperti Segara Gunung.

Berdasarkan dari hasil observasi awal dan diskusi langsung dengan anggota Kelompok Nelayan Segara Gunung, tim pengabdian berhasil mengidentifikasi kondisi aktual yang terjadi di lapangan. Aktivitas penangkapan ikan berjalan rutin, namun hasil tangkapan dijual segar dengan harga yang relatif tidak menentu. Belum ada sistem pemasaran digital yang terstruktur, meskipun terdapat aspirasi kuat dari beberapa anggota kelompok untuk dapat menjual produk langsung kepada konsumen dan membangun identitas usaha yang

lebih dikenal masyarakat luas. Hambatan utamanya adalah minimnya pemahaman dan keterampilan nelayan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk tujuan pemasaran produk perikanan.

Menjawab permasalahan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan tujuan utama memberdayakan Kelompok Nelayan Segara Gunung melalui pelatihan praktis pemanfaatan web promosi produk menggunakan *platform* Google Sites. *Platform* ini dipilih karena merupakan solusi yang aplikatif, mudah diadopsi tanpa biaya, dan berkelanjutan untuk meningkatkan literasi digital, memperkuat promosi produk, serta memperluas jaringan pemasaran produk perikanan.

2. METODE

Pemilihan metode pelatihan yang dilaksanakan secara luring (tatap muka langsung) didasarkan pada pertimbangan bahwa pendekatan praktis dan partisipatif merupakan cara paling efektif untuk memberdayakan kelompok nelayan, yang memiliki tingkat literasi digital yang bervariasi. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya interaksi yang intensif, pendampingan personal, dan pemecahan masalah secara *real-time*.

Tahapan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini disusun secara sistematis sebagai berikut:

1. Observasi lapangan dan analisis kebutuhan dimana tim pengabdian melakukan kunjungan langsung untuk berdiskusi dengan kelompok nelayan. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara mendalam permasalahan pemasaran yang dihadapi serta menilai tingkat kesiapan dan antusiasme nelayan dalam mengadopsi teknologi digital.
2. Koordinasi dan persiapan pelatihan dimana tim pengabdian berkoordinasi dengan perangkat desa dan ketua kelompok nelayan untuk menetapkan logistik penting, seperti waktu, tempat, dan jumlah peserta pelatihan. Pada tahap ini, tim juga menyiapkan seluruh materi pendukung, termasuk modul pelatihan, bahan presentasi, dan memastikan ketersediaan koneksi internet.
3. Pengenalan konsep digitalisasi pada sesi awal pelatihan yang difokuskan pada penyampaian materi konseptual mengenai pentingnya memiliki identitas digital melalui situs web. Peserta diperkenalkan pada cara kerja internet dan diberikan contoh-contoh relevan mengenai *platform* pemasaran online yang sukses di sektor perikanan.
4. Pelatihan praktis pembuatan website yang merupakan sesi inti dimana peserta dibimbing secara langsung untuk membangun situs web mereka sendiri menggunakan Google Sites. Cakupan materi pada sesi praktis ini meliputi:
 - Pembuatan akun Google bagi peserta yang belum memilikinya.
 - Pengenalan struktur dasar dan antarmuka Google Sites.
 - Praktik menambahkan elemen esensial seperti teks, gambar, tautan, dan informasi kontak.
 - Penyusunan katalog produk perikanan yang informatif.

- Proses publikasi situs web dan penunjukan admin untuk pengelolaan berkelanjutan.
5. Pengembangan konten promosi, dimana tim pengabdian berkolaborasi dengan peserta untuk menciptakan konten yang menarik dan persuasif. Ini mencakup pembuatan deskripsi produk, pengambilan foto produk yang berkualitas, serta penyusunan narasi tentang kelompok nelayan sebagai bagian dari strategi *branding*.
 6. Monitoring dan evaluasi setelah pelatihan selesai dimana tim pengabdian melakukan pemantauan selama beberapa minggu untuk memastikan peserta pelatihan dapat mengelola dan memperbarui situs web secara mandiri. Evaluasi juga dilakukan untuk mengukur efektivitas awal situs web dalam meningkatkan visibilitas produk di dunia digital.

Pelaksanaan program pelatihan ini didukung oleh tiga orang mahasiswa yang berperan sebagai tim pendukung teknis (*IT Support*), memastikan setiap peserta dapat mengikuti materi tanpa kendala teknis. Secara umum program pelatihan berjalan secara interaktif, ditandai dengan antusiasme tinggi peserta dalam sesi tanya jawab dan diskusi mengenai strategi pengelolaan konten agar lebih menarik bagi konsumen. Dalam kegiatan pelatihan telah terjadi komunikasi yang intensif berupa sesi tanya jawab dan diskusi antara tim pengabdian dengan peserta pelatihan, khususnya terkait cara mengelola konten website, cara mengunggah foto produk perikanan, serta strategi tampilan website agar mampu menampilkan informasi hasil tangkapan menjadi lebih menarik dan mudah diakses oleh konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan sukses, ditandai oleh partisipasi aktif dari seluruh anggota Kelompok Nelayan Segara Gunung. Sambutan yang sangat positif dari komunitas nelayan dan masyarakat sekitar menjadi indikator awal keberhasilan program dalam menjawab kebutuhan nyata di lapangan. Dampak paling nyata dan fundamental dari program ini adalah terjadinya peningkatan literasi digital di kalangan anggota kelompok nelayan, khususnya dalam hal kemahiran menggunakan perangkat digital (*gadget*) dan mengakses internet untuk tujuan produktif.

Pelatihan ini secara efektif mengatasi hambatan awal terkait minimnya pemahaman tentang teknologi digital untuk pemasaran, di mana sebelumnya banyak anggota yang belum pernah mendapatkan pelatihan serupa dan hanya menggunakan perangkat digital sebagai sarana komunikasi dasar. Sebagai hasil konkret, setiap peserta berhasil membuat akun Google pribadi dan meluncurkan situs web promosi sederhana berbasis Google Sites. Pencapaian ini bukan sekadar output teknis, melainkan langkah monumental pertama menuju kemandirian digital. Para nelayan kini memiliki alat dan pengetahuan dasar untuk mengelola kehadiran online mereka, mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga dalam hal promosi produk perikanan.

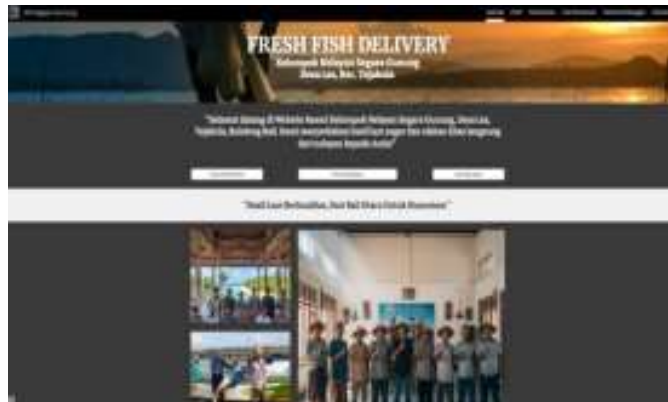
Situs web yang dihasilkan dari pelatihan ini berfungsi sebagai aset usaha baru yang modern, praktis, dan mudah diakses. Berbeda dengan metode pemasaran konvensional yang terbatas pada pasar lokal dan interaksi dari mulut ke mulut, *platform* digital ini memiliki keunggulan signifikan dimana situs web ini mampu menampilkan profil kelompok nelayan, katalog produk, dan informasi kontak secara profesional.

Program pelatihan ini terbukti nyata dalam meningkatkan kemampuan nelayan untuk membuka peluang pasar yang jauh lebih luas dan memungkinkan penjualan langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara (tengkulak). Hal ini tidak hanya berpotensi meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga memperkuat citra (*branding*) produk perikanan dari Desa Les yang pada akhirnya memberikan identitas yang lebih kuat di pasar.

Program ini tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga berhasil memicu transformasi pola pikir para nelayan. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan motivasi yang signifikan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih modern ditandai dengan mulai munculnya kesadaran baru akan pentingnya elemen-elemen pemasaran strategis seperti *branding*, penggunaan kemasan produk yang menarik, dan diversifikasi produk, misalnya dengan mengolah ikan menjadi makanan siap saji.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pembuatan Website Menggunakan Google Sites Untuk Promosi Produk Perikanan (Dokumentasi Pribadi, 2025)



Gambar 2. Tampilan Website Promosi Produk Perikanan Karya Kelompok Nelayan Segara Gunung Berbasis Google Sites (Dokumentasi Pribadi, 2025)

Transformasi internal ini merupakan dampak paling mendalam dari pelaksanaan program ini, karena secara langsung menjawab akar penyebab posisi tawar nelayan yang sebelumnya lemah. Dengan menanamkan pola pikir proaktif yang berfokus pada *branding* dan nilai tambah, program pelatihan ini berhasil membekali para nelayan untuk secara fundamental mengubah peran mereka yang sebelumnya sebagai penerima harga (*price-takers*) menjadi pembentuk pasar (*market-shapers*).



Gambar 3. Antusiasme Nelayan Dalam Mengikuti Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Produk Perikanan (Dokumentasi Pribadi, 2025)

Untuk memastikan manfaat dari program ini bersifat jangka panjang dan berkelanjutan, tim pengabdian telah menyusun serangkaian rencana tindak lanjut yang strategis. Fokus utamanya adalah memastikan bahwa *platform* digital yang telah dibangun dapat terus berkembang dan memberikan dampak ekonomi yang nyata. Langkah tindak lanjut awal yang tim pengabdian lakukan adalah melakukan kunjungan rutin ke lokasi

Kelompok Nelayan Segara Gunung untuk memantau pemanfaatan situs web secara aktif. Selama kunjungan, akan dikumpulkan data terkait efektivitasnya, seperti tingkat keterlibatan konsumen, volume pemesanan yang masuk melalui situs, serta identifikasi kendala teknis yang mungkin dihadapi oleh nelayan.

Berikutnya adalah memperluas jangkauan promosi, dimana tim pengabdian akan memberikan pendampingan lebih lanjut untuk mengintegrasikan situs web dengan *platform* media sosial yang relevan seperti Facebook, Instagram, dan *WhatsApp Business*. Strategi ini bertujuan menciptakan ekosistem pemasaran digital yang saling terhubung dan memperkuat satu sama lain. Tim pengabdian juga berkomitmen untuk menyediakan layanan konsultasi dan pendampingan teknis secara berkelanjutan. Dukungan ini akan diberikan melalui berbagai format, termasuk *workshop* lanjutan, penyediaan tutorial online yang mudah diakses, serta diskusi langsung untuk membantu nelayan mengatasi tantangan dalam pengelolaan situs web dan kontennya.

Langkah strategis lainnya yang dapat dilakukan adalah memfasilitasi koneksi antara kelompok nelayan dengan jaringan pasar yang lebih luas, seperti restoran, hotel, dan distributor. Tim juga akan berupaya membangun kerja sama dengan lembaga riset dan instansi pemerintah untuk mendorong inovasi lebih lanjut, misalnya dalam hal sertifikasi mutu produk dan pengembangan *branding* yang lebih profesional. Melalui rencana tindak lanjut yang komprehensif ini, diharapkan inisiatif pemberdayaan digital ini dapat terus berevolusi dan memberikan dampak yang semakin besar bagi perekonomian khususnya bagi masyarakat nelayan dikawasan pesisir.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pengembangan situs web pemasaran berbasis Google Sites bagi Kelompok Nelayan Segara Gunung telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan memberikan manfaat yang signifikan. Inisiatif ini telah menjadi langkah strategis dalam mendukung keberlanjutan usaha para nelayan di era digital, memungkinkan mereka mengelola penjualan hasil tangkapan secara lebih cepat dan efektif. Dampak positif utama yang dicapai melalui program ini adalah para nelayan kini menguasai keterampilan fundamental untuk membangun dan mengelola aset pemasaran digital mereka secara mandiri, mengurangi ketergantungan pada pihak eksternal. Situs web yang dikembangkan berfungsi sebagai etalase digital untuk menjangkau konsumen di luar batas geografis pasar lokal, sehingga secara langsung meningkatkan daya saing produk. Dengan memotong rantai perantara melalui pemasaran digital, nelayan kini memiliki kontrol yang lebih besar atas penetapan harga produk, membuka potensi peningkatan margin keuntungan dan nilai jual produk.

Untuk menjaga momentum positif ini, sangat penting untuk melanjutkan program melalui kemitraan strategis dengan berbagai pihak, termasuk lembaga riset, perguruan tinggi, dan instansi pemerintah. Sinergi ini diharapkan dapat mendorong inovasi berkelanjutan, seperti pengembangan *branding* dan sertifikasi mutu, demi memperkuat perekonomian masyarakat pesisir dan memastikan daya saing produk perikanan lokal di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliviyanti, D., Semedi, B., Yona, D., Asadi, M. A., Kasitowati, R. D., Dewi, C. S. U., ... Isdianto, A. (2021). Upaya Penguatan Manajemen Pemasaran Hasil Perikanan Berbasis Media Online di TPI Sendangbiru, Kabupaten Malang, Indonesia. *Abdi Geomedisains*, 1(2), 59–67. <https://doi.org/10.23917/abdigeomedisains.v1i2.199>
- Arianto Pasaribu, S., Nababan, J., Rozy, A., Martyna Theodora, E., & Faisal, E. (2023). Implementasi Website E-Commerce Menggunakan Google Sites Untuk Meningkatkan Penjualan Nelayan Desa Bagan Deli. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1551–1556. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12886>
- Pratiwi, P. I., Wijaya, I. N. S. W., Dewi, N. A. W. T., Pradnyana, I. K. A., Sekarini, N. N. A. D., Putra, I. K. A. S., & Prasetya, I. P. G. A. (2025). Digitalisasi UMKM Melalui Pembuatan Website : Strategi Pengembangan Usaha Sambal Ikan di UMKM Loka Muda Nusa Penida. *Jurnal Widya Laksana*, 14(1). <https://doi.org/10.23887/jwl.v14i1.85202>
- Ramadan Kurniawan, A., Timur, R., Hakim, M. N. M., & Sutabri, T. (2023). Strategi Pemasaran Digital Budidaya Ikan. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(1), 140–145. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i1.498>
- Robihul Mufid, M., Nafis, Z., Basofi, A., Mawaddah, S., Ikawati, Y., Fariza, A., ... Medya Mahardhika, Y. (2024). Strategi Pemasaran Ikan dengan Pembuatan Sistem Informasi Pemasaran Ikan Berbasis Web di Desa Rejosari Kabupaten Lamongan. *J-Dinamika*, 9(2), 373–381. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v9i2.5193>