


## Literasi Digital Marketing dan Inovasi Produk Bagi Nelayan Teripang Pulau Soop

Edward Clan<sup>1\*</sup>, Dwi Indah Widya Yanti<sup>2</sup>, Lili Sarce Joy Sapari<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, <sup>2</sup>Program Studi Manajemen Sumber Daya Perairan, Universitas Kristen Papua, Jl. F Kalasuat, Malanu, Kec. Sorong Utara, Kota Sorong, Papua Barat Daya  
E-mail: [edwardclan@gmail.com](mailto:edwardclan@gmail.com)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4660>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 23 Nov 2025

Revised: 05 Dec 2025

Accepted: 29 Dec 2025

#### Kata Kunci:

Nelayan, Teripang,  
Digital, Marketing,  
Inovasi, Produk, Soop

#### Keywords:

Fishermen, Sea  
Cucumber, Digital,  
Marketing, Innovation,  
Products, Soop

### ABSTRACT

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berfokus pada pemberdayaan ekonomi nelayan teripang pulau Soop, Kota Sorong, Papua Barat Daya melalui program pelatihan digital marketing dan inovasi produk berbasis kemasan. Nelayan teripang di pulau Soop selama ini menghadapi tantangan berupa keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, serta kurangnya inovasi dalam pengelolaan dan pengemasan produk. Hal ini berdampak pada rendahnya nilai jual produk dan ketergantungan pada pengepul. Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui lima tahapan, yaitu (1) sosialisasi program kepada mitra; (2) pelatihan digital marketing dan inovasi produk; (3) penerapan teknologi tepat guna; (4) pendampingan dan evaluasi pelaksanaan; (5) keberlanjutan program. Hasil sementara menunjukkan adanya peningkatan literasi digital nelayan, sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Selain itu, inovasi pada aspek kemasan produk memberikan nilai tambah produk teripang sehingga layak dipasarkan ke konsumen. Dampak program ini adalah meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran, dan penerapan teknologi tepat guna yang diharapkan memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha nelayan.

*This Community Service Program focuses on the economic empowerment of sea cucumber fishermen in Soop Island, Sorong City, Southwest Papua through digital marketing training and product innovation with improved packaging. Sea cucumber fishermen in Soop Island face challenges such as limited market access, low digital literacy, and a lack of innovation in processing and packaging, which result in low product value and dependence on middlemen. The program is carried out in five stages: (1) program socialization to the partner community; (2) training on digital marketing and product innovation; (3) application of appropriate technology through the use of digital platforms and product packaging design; (4) mentoring and evaluation of implementation; (5) formulation of program sustainability strategies. Preliminary results show an improvement in fishermen's skills in using social media and online marketplace as tools for promotion and sales. Furthermore, product packaging innovation has added value to sea cucumber products, making them more marketable to urban consumers. The impact of this program includes increased digital literacy, marketing skills, among fishermen, which are expected to contribute to income growth and the sustainability of coastal community businesses.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.



**How to Cite:** Edward Clan, et al (2025). Literasi Digital Marketing dan Inovasi Produk Bagi Nelayan Teripang Pulau Soop, 4(3) 15265-15271. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4660>

### PENDAHULUAN

Pulau Soop merupakan sebuah pulau yang berada dalam kelurahan Soop Distrik Sorong Kepulauan Kota Sorong Papua Barat Daya dengan luas wilayah mencapai 54,48 km<sup>2</sup> serta dihuni oleh penduduk sekitar 1.378 jiwa, jarak dari sebelah barat Kota Sorong sekitar 4 km atau 2,5 mil dari sebelah

barat Kota Sorong. Pulau Soop memiliki Potensi besar dalam sektor perikanan, khususnya hasil tangkapan berupa teripang dan lobster. Masyarakat kelompok nelayan Teripang Pimam menjadikan teripang sebagai salah satu komoditas untuk mendukung perekonomian keluarga mengingat harga jual yang tergolong tinggi.

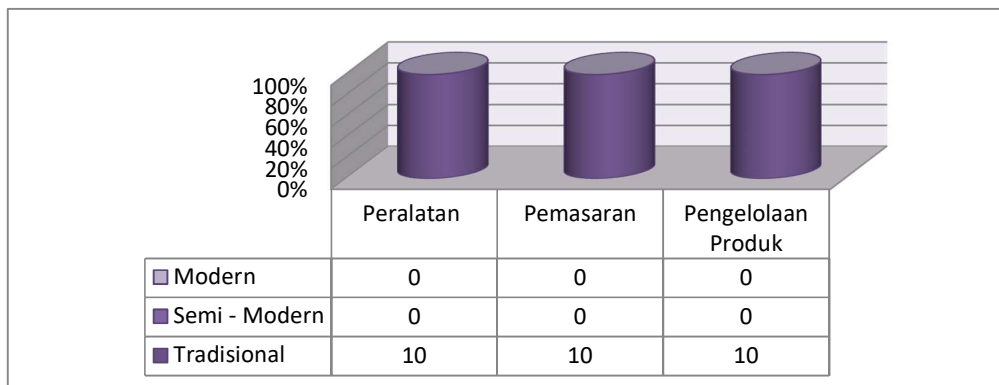
Namun, kondisi kelompok nelayan Pimam masih menghadapi berbagai kendala, salah satu tantangan utama adalah minimnya pengetahuan tentang pemasaran yang tepat dalam meningkatkan nilai jual teripang, mengakibatkan nelayan tidak memiliki posisi tawar yang kuat. Selama ini, hasil tangkapan lebih banyak dijual dalam bentuk mentah atau kering kepada pengepul dengan harga yang relatif lebih rendah dibandingkan harga pasar.

Akses pasar yang terbatas dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran membuat nelayan kesulitan memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Harga teripang bervariasi mulai dari ratusan ribu rupiah hingga bisa mencapai jutaan rupiah, bergantung pada jenis teripang. Harga teripang dipasar lokal diperkirakan berkisar Rp. 400.000 - Rp. 1.200.000/kg dan internasional Rp. 500.000 - Rp. 5.000.000/kg bobot kering (Sari et al. 2023). sementara Rumbewas sebagai ketua kelompok nelayan teripang Pimam mengatakan bahwa salah satu jenis teripang yang dijual oleh nelayan pulau soop kepada pengepul adalah jenis teripang gosok kering dengan harga sekitar Rp. 1.000.000,-/kg, namun dibandingkan harga jual pada marketplace shopee mencapai harga Rp. 4.000.000,-/kg bobot kering.

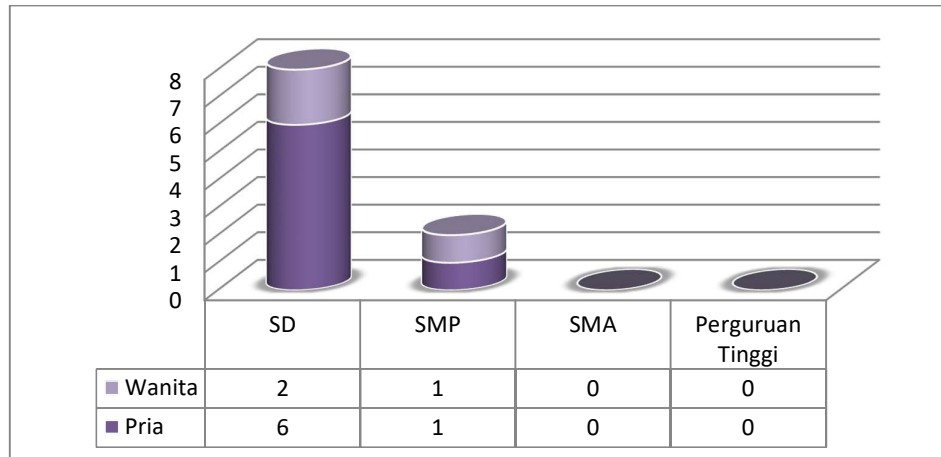
Diperkirakan jumlah produksi teripang Kota Sorong setiap tahun sekitar 20 ton per tahun. Dan pada tahun 2022 jumlah produk teripang di donimasi oleh genus *Holothuria* sebesar 34,88% dari total produksi. Terdapat enam genus teripang yang diperdagangkan, yaitu *Bohadschia*, *Holothuria*, *Pearsonothuria*, *Thelenota*, *Stichopus*, dan *Actinopyga*. Potensi Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) dari produk teripang di wilayah kerja Loka Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Laut (PSPL) Sorong mencapai Rp44.349.300,00, di mana Kota Sorong berkontribusi sebesar 53,71% (Gulam Arafat, Indrie Hapsari Puspitaningtyas 2024)

Peluang besar terbuka bagi kelompok nelayan teripang Pimam untuk meningkatkan pendapatan atau keuntungan melalui strategi pemasaran secara digital untuk menjangkau pasaran yang lebih luas serta mendapatkan harga jual yang lebih tinggi. Selain itu juga, inovasi produk teripang menjadi oleh-oleh khas Papua Barat Daya dapat menjadi alternatif bagi nelayan teripang untuk membuat produk sendiri dalam upaya meningkatkan pendapatan. Mengingat bahwa teripang merupakan salah satu komoditas perairan yang memiliki nilai ekonomis penting dan berpotensi dimanfaatkan sebagai nutrasetikal (janis makanan yang memiliki manfaat untuk kesehatan secara medis (Akerina and Sangaji 2019).

Hal ini menjadi penting bagi nelayan teripang untuk memahami pentingnya pengelolaan produk yang higienis, pengemasan yang menarik, strategi pemasaran yang modern. Dengan adanya pendampingan terhadap masyarakat nelayan di Pulau Soop diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk serta memperluas akses pasar, sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka. Program pemberdayaan yang mencakup pelatihan pemasaran dan inovasi produk diharapkan dapat menjadi solusi untuk memberdayakan masyarakat nelayan Teripang di Pulau Soop. Melalui upaya ini, potensi lokal yang melimpah dapat dimanfaatkan secara optimal dan berkelanjutan.



Grafik 1. Karakteristik Skill Kelompok Nelayan Teripang Pimam



Grafik 2. Karakteristik Pendidikan Nelayan Teripang Pimam

Kelompok nelayan teripang Pimam memiliki karakteristik yang mencerminkan kondisi sosial ekonomi masyarakat pesisir yang masih bergantung pada hasil laut sebagai sumber utama penghidupan. Kondisi eksisting kelompok nelayan Pimam memiliki tingkat pendidikan yang tergolong rendah yaitu lulusan SD dan SMP, hal ini tentu mempengaruhi kemampuan nelayan teripang Pimam dalam mengakses informasi dan teknologi baru yang dapat meningkatkan pendapatan ekonomi nelayan, bahkan keterbatasan dalam adopsi teknologi berdampak pada proses pasca penangkapan teripang yang dilakukan masih secara sederhana, yaitu melalui proses perebusan dan pengeringan secara tradisional sehingga belum mampu meningkatkan nilai jual secara signifikan.



Gambar 1. Lapak Penjual Kepala Muda Masyarakat Pulau Soop

Selain sebagai nelayan teripang, anggota kelompok juga memanfaatkan potensi lokal dengan menjual dengan berjualan kepala muda di depan pantai reklamasi tembok berlin Kota Sorong yang membantu menopang kebutuhan sehari-hari

## METODE

Metode dan tahapan pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahap yang saling berkesinambungan, antara lain:

1. Sosialisasi  
Melakukan pertemuan awal dengan kelompok nelayan teripang Pimam untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan tahapan kegiatan. Serta melakukan kerjasama sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian
2. Pelatihan
  - a. Pelatihan literasi digital dasar : Pengenalan media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran online.
  - b. Pelatihan pembuatan konten digital fotografi produk
  - c. Pelatihan inovasi produk melalui desain kemasan yang menarik, informasi produk yang perlu dicantumkan, penggunaan alat pengemasan sederhana.
3. Penerapan Teknologi
  - a. Mendampingi anggota nelayan dalam membuat akun media sosial dan marketplace
  - b. Pembuatan konten pemasaran secara visual.

4. Pendampingan dan Evaluasi.
  - a. Melakukan pendampingan rutin dalam mengelola akun media sosial dan marketplace selama 3 bulan.
  - b. Memberi bimbingan dalam penggunaan teknologi pengemasan
  - c. Melakukan evaluasi berkala terhadap progres dan efektivitas pemasaran digital
5. Keberlanjutan Program
  - a. Membentuk tim kecil atau admin pengelola digital marketing yang terdiri dari anggota kelompok nelayan teripang Pimam
  - b. Menyusun rencana tindak lanjut dan keberlanjutan program setelah kegiatan berakhir.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tahun 2025 dengan tema “Pemberdayaan Ekonomi Nelayan Teripang Pulau Soop Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Inovasi Produk” telah berjalan sesuai rencana dengan melibatkan kelompok nelayan Pimam. Hasil pelaksanaan kegiatan hingga tahap ini dapat dirinci sebagai berikut:

#### 1. Sosialisasi

Telah dilakukan sosialisasi pada bulan Juli kepada kelompok nelayan teripang pulau Soop yang dihadiri oleh ketua kelompok teripang Pimam bapak Serfianus Rumbewas dan 3 anggota lainnya. Hasil dari sosialisasi tersebut, nelayan memahami program, manfaat kegiatan, serta rencana tahapan yang akan dijalankan.

#### 2. Pelatihan Digital Marketing

Materi pelatihan yang diberikan mencakup pengenalan media sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok), marketplace (Shopee dan Tokopedia), serta pemanfaatan WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi langsung dengan pelanggan. Para diberikan pemahaman tentang digital marketing, dan memberi pelatihan bagi admin untuk membuat akun, mengunggah foto produk, menulis deskripsi menarik, hingga mengelola interaksi dengan calon pelanggan.

Berdasarkan hasil evaluasi pre test dan post test, pengetahuan peserta meningkat sebesar 35%. Selain itu, berhasil membuat akun media sosial Facebook, Tik Tok, dan Instagram Pimam, serta akun marketplace Tokopedia yang akan mulai digunakan untuk memasarkan produk teripang kering.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 3. Pelatihan Admin Digital Marketing

3. Inovasi Produk Melalui Kemasan

Dalam aspek inovasi produk, tim pengabdian juga memberikan pelatihan terkait kemasan modern. Nelayan dikenalkan dengan penggunaan alat vacuum sealer, pengemasan dalam plastik emboss, serta memperkenalkan label produk. Hasilnya, kelompok nelayan berhasil mengembangkan produk teripang dalam kemasan dengan label teripang Pimam Pulau Soop. Inovasi kemasan ini membuat produk terlihat lebih menarik, higienis, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.



Gambar 4. Pelatihan Inovasi Kemasan Produk

4. Penerapan Teknologi Tepat Guna

Penerapan teknologi tepat guna dilaksanakan melalui pemanfaatan peralatan sederhana seperti vacum sealer, plastik emboss, label kemasan, serta dokumentasi produk. Para nelayan telah mempraktikkan penggunaan alat-alat tersebut secara langsung. Sehingga produk yang produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah dan dapat secara profesional dijual melalui platform digital.

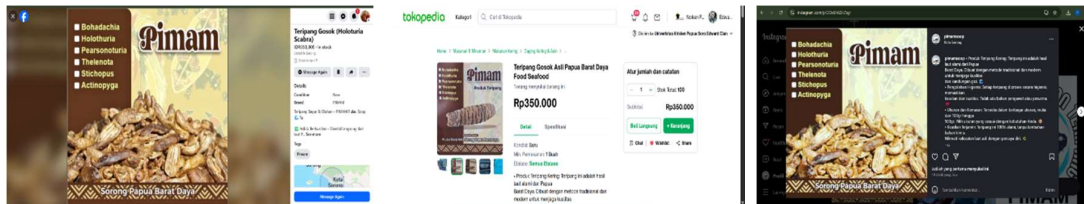


Gambar 5. Teknologi Tepat Guna

5. Pendampingan dan Evaluasi

Untuk memastikan keberlanjutan program, tim melakukan pendampingan secara berkala. pendampingan juga dilakukan melalui pemantauan terhadap platform digital media sosial dan marketplace serta membangun komunikasi dengan admin untuk memastikan kelancaran pemasaran

digital. Dari hasil monitoring, admin telah melakukan pengunggahan produk melalui media sosial dan marketplace.



Gambar 6. Media Sosial dan Marketplace

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah memberi kontribusi positif bagi nelayan dalam cara memasarkan produknya. Selain memperoleh keterampilan baru dalam bidang digital marketing, nelayan juga mampu menghasilkan produk dengan kemasan inovatif dan lebih menarik dan bernilai jual lebih tinggi. Kemajuan ini menjadi dasar bagi pengembangan tahap berikut dalam rangka memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat nelayan pulau Soop.

Hasil pengabdian terdiri dari hasil secara kuantitatif maupun kualitatif dari kegiatan yang dilaksanakan. Jika ada tabel/bagan/gambar berisi paparan hasil yang sudah bermakna dan mudah dipahami maknanya secara cepat. Tabel/bagan/gambar tidak berisi data mentah yang masih dapat atau harus diolah.

### SIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat tahun 2025 dengan tema “Pemberdayaan Ekonomi Nelayan Teripang Pulau Soop melalui Pelatihan Digital Marketing dan Inovasi Produk” telah berjalan sesuai rencana dan menunjukkan hasil baik. Beberapa capaian utama yang diperoleh, antara lain : (1). Meningkatnya pemahaman dan keterampilan nelayan dalam pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. (2). Terciptanya produk teripang dengan inovasi kemasan dengan label “Teripang Pimam” yang meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. (3). Terlaksananya penerapan teknologi tepat guna, seperti penggunaan vacuum sealer, kamera, hand impulse sealer untuk menunjang inovasi produk serta promosi. (4). Adanya peningkatan literasi digital nelayan, ditunjukkan dengan mulai dipromosikan produk melalui media sosial dan marketplace Teripang Pimam Pulau Soop. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah berkontribusi pada peningkatan kapasitas nelayan Pulau Soop dalam memanfaatkan teknologi dan inovasi, yang pada akhirnya mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir.

Untuk keberlanjutan program, beberapa saran yang perlu diperhatikan adalah: 1) Penguatan lanjutan digital marketing dengan materi pembuatan konten kreatif, strategi promosi berbayar, serta pengelolaan toko online secara profesional. 2) Diversifikasi produk turunan teripang memiliki nilai tambah yang tinggi, seperti ekstrak atau serbuk teripang, 3) Pelatihan kewirausahaan bagi nelayan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, 4) Pendampingan manajemen keuangan secara lebih intensif agar nelayan mampu membuat laporan keuangan sederhana sebagai dasar pengembangan usaha, 5) Peningkatan jejaring pasar melalui kerjasama dengan UMKM, koperasi, hotel, restoran, maupun partisipasi dalam event pameran local, 6) Monitoring berkelanjutan oleh tim pengabdian untuk memastikan hasil kegiatan dapat terus berlanjut dan berkembang.

Dengan langkah-langkah tersebut, program ini tidak hanya berdampak sesaat, tetapi juga menjadi model pemberdayaan ekonomi nelayan berbasis digital marketing dan inovasi produk yang dapat direplikasikan di wilayah pesisir pantai lainnya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: 1) Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, atas dukungan pendanaan dan kepercayaan yang diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian ini. 2) Pimpinan Universitas Kristen Papua, yang telah memberikan dukungan kelembagaan, fasilitas, serta kesempatan bagi tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan ini. 3) Kelompok nelayan teripang Pulau Soop, yang telah berpartisipasi aktif, memberikan waktu, tenaga, dan semangat dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga

program ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih ini menjadi wujud apresiasi atas kontribusi semua pihak yang telah mendukung keberhasilan kegiatan masyarakat tahun 2025.

#### **REFERENSI**

- Akerina, Febrina Olivia, and Janer Sangaji. 2019. "Analisis Fitokimia Dan Toksisitas Serta Aktivitas Antioksidan Beberapa Jenis Teripang Di Desa Kakara, Halmahera Utara." *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan* 12(2):188–96. doi:10.29239/j.agrikan.12.2.188-196.
- Gulam Arafat, Indrie Hapsari Puspitaningtyas, Novia Indah Kintani. 2024. "Produksi Perdagangan Dan Peredaran Produk Teripang Di Kota Sorong Papua Barat Daya Production Trade and Distribution of Sea Cucumber Products in Sorong Southwest Papua." (*Jrpk*) *Jurnal Riset Perikanan Dan Kelautan* 6(1):138–49.
- Sari, Dwi Ulta, Muzahar Muzahar, Tri Yulianto, Dwi Septiani Putri, Aminatul Zahra, and Shavika Miranti. 2023. "Gonad Maturation and Spawning Performance of the Sand Sea Cucumber (*Holothuria Scabra*) by Oodev® Dan Ovaprim® Administration." *Acta Aquatica: Aquatic Sciences Journal* 10(2):129. doi:10.29103/aa.v10i2.10123.