

Literasi Inklusi Keuangan Digital Berbasis Ekonomi Syariah bagi Nelayan Ikan *Depik* (Endemik) Danau Laut Tawar

Mellyan¹, Junaidi², Sari Diana³

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh, Indonesia ^{1,2,3}
{mellyan@staindirundeng.ac.id ¹, junaidi@gmail.com ², sarisaridiana1990@gmail.com ³}

Submission: 2023-12-25

Received: 2024-03-28

Published: 2024-03-31

Keywords:

Financial Literacy, Digital Marketing, Fisherman

Abstract. *The Depik Fishermen (Rasbora Tawarensis/Lepsotoma) in Lake Laut Tawar, Central Aceh, mostly still employ traditional systems in the process of selling Depik Fish. Introduction to digital marketing is needed for Depik fishermen to market this endemic fish to the public. The aim of this community service was to increase the income of Depik fishermen in Lake Laut Tawar and to explain various digital marketing strategies suitable for increasing sales of Depik fishermen in Lake Laut Tawar. The community service method used Participatory Action Research (PAR) with interview instruments, observations, seminars, and training to obtain desired results. The results of the community service successfully introduced digital marketing systems to Depik fishermen by creating Instagram accounts, opening shops on Shopee and Online Stores. Additionally, it introduced online Sharia financial platforms besides Banks, such as Investree, Ammana – Online Sharia Loans, Online P2P Lending Loans, BSalam, and others. There were also investment platforms like Amartha.com, specializing in SMEs, Bibit with its flagship product mutual funds, and crowdfunding systems like Tani Fund. However, there were some issues such as decreasing Depik catch results due to the use of floating cages, resorts along the lake, and the presence of Hoe fishermen. As for Depik fish catches, in the first quarter of 2021 it amounted to 12.602 tons, then increased in the second quarter to 18 tons, then decreased in the third quarter to 1.444 tons and significantly decreased again in the sixth quarter to 0.031 tons.*

Katakunci:

Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, Nelayan

Abstrak. Nelayan Ikan Depik (*Rasbora Tawarensis/Lepsotoma*) di Danau Laut Tawar, Aceh Tengah, sebagian besar masih menggunakan sistem tradisional dalam proses penjualan Ikan Depik. Diperlukan pengenalan marketing digital bagi nelayan depik agar dapat memasarkan Ikan endemik ini ke khalayak. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk *meningkatkan* pendapatan nelayan Depik Danau Laut Tawar, dan menjelaskan berbagai strategi marketing digital yang sesuai untuk meningkatkan penjualan nelayan Depik Danau Laut Tawar. Metode pengabdian menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) dengan menggunakan instrumen wawancara,

observasi serta seminar dan pelatihan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Adapun hasil pengabdian berhasil memperkenalkan sistem pemasaran digital kepada nelayan depik dengan membuat Instagram, membuka lapak di Shoope dan Toko Online. Selain itu juga mengenalkan platform keuangan syariah *online* selain Bank, seperti Investree, Ammana – Fintech Pinjaman Syariah Online, Pinjaman Online P2P Lending, BSalam dan sebagainya. Juga terdapat platform investasi seperti Amartha.com, yang khusus membidangi UMKM, Bibit dengan produk unggulannya reksadana dan sistem *crowd funding* seperti Tani Fund. Meskipun demikian terdapat beberapa persoalan seperti menurunnya hasil tangkapan depik karena penggunaan keramba apung, resort di sepanjang danau dan kehadiran nelayan Cangkul. Sedangkan untuk hasil tangkapan ikan Depik, pada kuartal I Tahun 2021 sebesar 12, 602 ton, kemudian meningkat di kuartal II menjadi 18 ton, lalu mengalami penurunan di kuartal III menjadi 1,444 ton dan kembali menurun secara signifikan di Kuartal VI menjadi 0,031 ton.

1 Pendahuluan

Pemerintah terus berupaya meningkatkan literasi keuangan masyarakat, salah satunya melalui Inovasi Keuangan Digital (IKD). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan, IKD adalah kegiatan inovasi proses, model, dan instrumen keuangan. Hal tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas perekonomian dan keuangan melalui ekosistem digital (Shanty & Zaerofi, 2024). Melalui IKD jangkauan jasa keuangan dapat dilakukan dengan lebih cepat, murah, mudah, sehingga dapat menjangkau daerah terpencil. Sebagai provinsi yang menerapkan syariat Islam, persoalan perekonomian juga mendapatkan perhatian penting dalam penerapannya, terutama mengenai produk serta inovasi digital terkait keuangan serta transaksi muamalah lainnya agar tetap sesuai dengan koridor dan aturan ekonomi Syariah.

Selain pertanian, bidang perikanan juga memegang peranan penting dalam kehidupan (Sumartan dkk., 2024). Aceh memiliki danau yang memiliki fungsi strategis bagi kehidupan masyarakat sekitarnya. Danau Laut Tawar dengan luas sekitar 5.742 hektar memiliki fungsi ekologi, hidro sosial, ekonomi serta budaya. Bagi masyarakat Gayo, danau tersebut merupakan sumber air bersih, pertanian, industri, wisata dan perikanan. Setidaknya terdapat puluhan jenis ikan di danau Laut Tawar dan di anak sungai sekeliling danau, antara lain Depik (*Rasbora Tawarensis*/

Lepsotoma), Kawan (*Poropuntius Tawarensis*), Peres (*Osteochilus Kahayensis*), dan sebagainya.

Adapun nelayan Ikan Depik di Danau Laut Tawar, Aceh Tengah, sebagian besar masih menggunakan sistem konvensional dalam proses penjualan Ikan Depik. Ikan Depik (*rasbora lepsotoma*) merupakan ikan endemik yang hanya hidup di danau sepanjang 17 kilometer dan lebar 5,5 kilometer tersebut. Di sekitar Aceh Tengah dan Bener Meriah, Ikan Depik segar maupun kering cukup mudah dijumpai, terutama di pasar tradisional. Namun sayangnya di daerah Aceh lainnya, ikan khas dengan rasa yang lezat tersebut masih sulit dijumpai. Padahal ikan ini memiliki gizi tinggi serta dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan lezat seperti depik lado, depik peyek, depik pepes, depik tangkap, hingga yang paling terkenal dan menjadi ciri khas, makanan daratan tinggi Gayo, *masam jing* dan depik *pengat*. Adapun harga jual Depik basah Rp.120 ribu per bambu, sedangkan Ikan Depik kering lebih mahal, Rp.160 ribu per bambu (takaran 1 liter). Dalam sekali panen, nelayan Depik mendapatkan 10 hingga 30kg depik. Panen Depik biasanya ditandai dengan perubahan cuaca, angin berhembus menjadikan cuaca semakin dingin. Diikuti hujan dan gerimis kecil, perubahan tersebut menandai musim panen Depik dimulai.

Beberapa hal seperti penguatan finansial, peningkatan dan penguatan kapasitas SDM nelayan, dapat dilakukan melalui pengabdian ini. Dengan potensi yang cukup besar, ditambah keunikan dan kondisi endemik Ikan Depik, hal tersebut menjadi nilai tambah tersendiri. Jika literasi keuangan digital diperkenalkan kepada nelayan Ikan Depik di Danau Laut Tawar, maka jangkauan penjualan akan semakin luas, tidak hanya sebatas wilayah Aceh Tengah dan Bener Meriah, bahkan dapat dijual ke luar Aceh maupun luar negeri, dengan proses penjualan melalui *marketplace*, *media sosial marketing* ataupun *e-commerce*. Selain itu, para nelayan juga perlu mendapatkan pengetahuan mengenai *Financial Teknologi (Fintech)* untuk proses pengelolaan keuangan serta investasi (Harsono & Suprapti, 2024). *Packaging* sangat menentukan minat konsumen, apalagi jika desainnya dibuat menarik dan menggugah selera (Danarti & Sukendro, 2024, hlm. 1).

Ditambah belum adanya sertifikasi terkait Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan label halal. Apabila hal tersebut dilakukan, kemudian dijual dengan sistem *marketing* digital maka akan meningkatkan

pendapatan kelompok nelayan Danau Laut Tawar (Hakim dkk., 2024). Adapun rumusan masalah adalah Bagaimana inklusi literasi ekonomi digital berbasis keuangan syariah dapat membantu meningkatkan pendapatan nelayan Depik Danau Laut Tawar dan Bagaimana strategi *marketing digital* yang sesuai untuk meningkatkan pendapatan nelayan Depik Danau Laut Tawar.

Kegiatan pengabdian terkait Literasi Keuangan Digital Berbasis Penguatan Ekonomi Syariah terutama bagi Nelayan Ikan Depik di Danau laut Tawar sebelumnya belum pernah dilakukan. Namun demikian terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan pengabdian yang akan penulis lakukan, antara lain penelitian yang dilakukan oleh (Irfan Nurfalah dan Aam Slamet Rusydiana; 2019), melakukan analisis kerangka *maqashid syariah* terhadap Pendapatan Nelayan di Kecamatan Kebayakan Kabupaten, Aceh Tengah dan Kondisi Perikanan Di Danau Laut Tawar Aceh Tenga (Indra, 2015). Literasi Digital Sebagai Penguatan Ekonomi Kreatif Kalangan Perempuan Nelayan Desa Ranto Panjang Timur, Aceh Barat yang menghasilkan nilai-nilai positif bagi penguatan Perempuan, terutama ibu rumah tangga (Nuramelia & Rahayu, 2023). yang telah berhasil membuka pemikiran para perempuan nelayan menjadi lebih kreatif. Terdapat perbedaan dengan pengabdian yang akan penulis laksanakan, karena pengabdian ini tidak hanya sebatas pada pemahaman konteks literasi digital, namun sampai pada aplikasi sistem baik *e-commerce* maupun *financial teknologi* yang sesuai untuk nelayan Ikan Depik di Danau Laut Tawar, tanpa mengabaikan nilai-nilai dari ekonomi Syariah. Berbeda dengan pengabdian yang akan dilaksanakan ini, karena sampai pada tahapan praktik dan memastikan masyarakat nelayan mendapatkan model marketing keuangan digital secara mandiri, dengan menggunakan *marketplace*, *media sosial* ataupun *e-commerce*. Selain itu, para nelayan juga perlu mendapatkan pengetahuan mengenai *Financial Teknologi (Fintech)*, baik itu *peer to peer (P2P) lending*, reksadana ataupun *crowd funding* untuk proses pengelolaan keuangan serta investasi (Mukhtar & Rahayu, 2019). Serta tetap menerapkan nilai-nilai ekonomi syariah di dalamnya.

2 Metode

Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR), dengan terlibat secara langsung dalam penggalian informasi yang beragam, kemudian melakukan aksi sebagai solusi dari masalah yang sudah teridentifikasi, dengan ikut dalam membangun rancangan dan implementasi aksi yang didasarkan dari hasil penelitian. Adapun dasar dilakukannya PAR adalah kebutuhan untuk mendapatkan perubahan yang diinginkan (Afandi dkk., t.t.). PAR sebagaimana disebut Dayamaya (2019) memiliki tiga pilar utama yakni dimensi riset, dimensi aksi, dan dimensi partisipasi. Tujuannya untuk mendorong aksi transformatif atau perubahan yang dalam hal ini perubahan kondisi ekonomi lebih bagi Nelayan Ikan Depik Danau Laut Tawar.

a. Sasaran Pengabdian

Lokasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah di Desa Gegarang, Aceh Tengah serta nelayan Toweren sebagai perbandingan untuk observasi tahap pertama. Dimana tim peneliti akan mendorong nelayan ikan depik dan masyarakat untuk berpartisipasi pada setiap tahapan kegiatan penelitian ini dari sejak melakukan identifikasi masalah sampai dengan mereka memahami sistem marketing digital tersebut. Secara umum, tahapan metode PAR terangkum ke dalam siklus yang dimulai dari tahapan observasi, refleksi, kemudian dilanjutkan dengan rencana aksi dan tahapan tindakan atau pelaksanaan program. Siklus tersebut tidak berhenti hingga pada tahapan tindakan/aksi, namun berlanjut ke tahapan evaluasi yang kemudian nantinya akan kembali ke refleksi, perencanaan program lanjutan dan pelaksanaan program hingga terjadi perubahan sosial sebagai tujuan bersama. Pemilihan Metode PAR karena melihat dari potensi yang dimiliki oleh nelayan Ikan Depik Danau Laut Tawar yang dapat dikembangkan sehingga dapat sesuai dengan perkembangan literasi keuangan era digital.

b. Tahapan Pengabdian

Adapun output dari pengabdian ini adalah tereduksinya nelayan ikan Depik Danau Laut Tawar melalui program inklusi literasi keuangan digital berbasis Syariah dengan melibatkan para *stakeholder*, dosen

Hukum Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, untuk memberikan edukasi kepada para nelayan Ikan Depik agar mengetahui secara lebih luas sistem *marketing* di era digital.

Adapun *output* dari pengabdian ini adalah tereduksinya nelayan Ikan Depik Danau Laut Tawar melalui program inklusi literasi keuangan digital berbasis Syariah dengan melibatkan para *stakeholder*, dosen Komunikasi dan dosen Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, untuk memberikan edukasi kepada para nelayan Ikan Depik agar mengetahui secara lebih luas sistem marketing di era digital. Pelibatan para dosen penting untuk memetakan bagaimana sistem digital *marketing* yang sesuai dengan ekonomi Islam, dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Sehingga para nelayan memiliki banyak pilihan sistem *marketing* digital, dan dapat memilih sistem yang paling cocok dengan masing-masing nelayan dan dapat segera mempraktikkannya.

Untuk mencapai *output* tersebut maka jenis penelitian ini adalah riset berbasis komunitas dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Dimana tim peneliti akan mendorong nelayan ikan depik dan masyarakat untuk berpartisipasi pada setiap tahapan kegiatan penelitian ini dari sejak melakukan identifikasi masalah sampai dengan mereka memahami dan mempraktikkan sistem marketing digital tersebut.

Penelitian ini akan dilaksanakan di Aceh Tengah, karena nelayan ikan Depik hanya terdapat di Danau Laut Tawar yang terletak di Aceh Tengah. Pengenalan sistem *marketing digital* ini juga akan melibatkan para aparatur desa, sehingga diharapkan dari aparatur desa dapat membagikan pengetahuan mengenai literasi keuangan digital kepada nelayan lainnya, sehingga dapat meningkatkan *omset* dan meningkatkan kesejahteraan nelayan.

c. Instrumen Pengabdian

Data yang didapat akan dianalisis berdasarkan jenis data yang diperoleh melalui instrumen yang telah digunakan dalam pengabdian. Pengabdian ini menggunakan beberapa instrumen yang dirancang untuk mengumpulkan data. Adapun jenis instrumen dan teknik pengumpulan datanya diuraikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 1 Jenis Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

No	Sumber Data	Data yang Diperoleh	Teknik Pengumpulan Data	Instrumen
1	Dinas Perikanan Aceh Tengah	Informasi kendala yang dihadapi	Diskusi/Wawancara	
2	Dinas Perikanan Aceh Tengah	Informasi mengenai <i>Digital Marketing</i>	Seminar	Materi
3	Nelayan	Wawancara	Diskusi/Wawancara	Lembar Pertanyaan Wawancara
4	Nelayan	Pelatihan untuk mengaplikasikan system pemasaran <i>digital</i>	Pelatihan	Materi dan Praktik
5	Dinas Perikanan, Nelayan dan Masyarakat	Informasi tentang Nelayan Depik	Observasi	Observasi Lapangan

3 Hasil

Sistem digital, tentu saja tidak meninggalkan nilai-nilai Islam di dalamnya, dengan demikian etika bisnis di era ekonomi digital memperlihatkan semua aspek yang terkait dalam bisnis. Islam tidak hanya memperhatikan haram atau tidaknya barang atau jasa yang diperdagangkan, tetapi juga memperhatikan proses terjadinya transaksi serta akibat yang ditimbulkan oleh transaksi tersebut. Etika bisnis Islam di era digital bertujuan agar kegiatan bisnis itu memberikan keuntungan bagi semua orang dan tidak ada yang merasa dirugikan (Aysan dkk., 2024). Untuk mencapai tujuan itu pada pengusaha harus berlaku adil dalam menjalankan bisnisnya dan juga menjadikan kejujuran dan kebenaran

sebagai perisai untuk menghalangi segala perbuatan yang mengandung penipuan dan kecurangan.

Pada hakikatnya, Islam memberi kebebasan kepada para pengusaha muslim untuk menjalankan aktivitas bisnis baik secara konvensional atau digital (Apriyantini, 2024). Akan tetapi kebebasan yang diberikan adalah kebebasan yang bertanggung jawab. Di mana dalam menjalankan bisnis mereka dituntut untuk berlaku adil dan seimbang. Bentuk kegiatan bisnis yang menurut Islam adalah yang berpijak atas dasar kemanusiaan dan tolong menolong. Adapun bentuk kegiatan bisnis selain jual beli yang sesuai dengan etika Islam adalah mudarabah, musyarakah, murabahah dan qard hasan (Ervanni dkk., 2024).

Pentingnya literasi keuangan digital syariah, mengingat berdasarkan catatan OJK Rasio asset perbankan syariah hanya 5,9% dibanding perbankan konvensional yang mencapai Rp. 8.068 Miliar di tahun yang sama. Di sisi lain, dewasa ini platform keuangan berkembang pesat. Selain platform pemasaran digital atau e-commerce, terdapat juga platform financial teknologi (Fintech) yang dapat mempermudah akses masyarakat terhadap keuangan selain Bank, seperti Investree, Ammana – Fintech Pinjaman Syariah Online, Fintech Syariah – Pinjaman Online P2P Lending, BSalam – Pinjaman Syariah Online, Pinjaman Syariah Online, Duha Madani Syariah Pinjaman Online, Dana Syariah Indonesia, dan sebagainya. Juga terdapat platform investasi seperti Amartha, yang khusus membidangi UMKM, kemudian Bibit, dengan produk unggulannya reksadana dan sistem crowd funding seperti Tani Fund.

Nelayan Gegarang, dapat dikatakan 100% belum mengetahui mengenai platform keuangan digital berbasis syariah tersebut. Mereka sangat antusias mengikuti pelatihan, terutama nelayan yang berusia di bawah 40 tahun. Seperti Rizkan Putra, mengatakan pengetahuan tersebut sangat bermanfaat bagi mereka, terutama untuk akses keuangan nonbank. Karena selama ini pengetahuan mereka hanya terbatas pada perbankan saja.

Melalui kegiatan pengabdian ini Nelayan yang sebelumnya bergantung pada cara tradisional pengelolaan keuangan, kini telah menjadi mahir dalam menggunakan teknologi keuangan digital yang sesuai dengan prinsip syariah. Mereka memiliki akses yang lebih mudah ke layanan

perbankan, pembayaran, dan perdagangan online, yang membantu meningkatkan efisiensi dan kesejahteraan ekonomi.

Lebih dari sekadar keterampilan teknis, program ini juga telah membawa perubahan sosial dan ekonomi yang signifikan. Solidaritas di antara nelayan semakin kuat, dan komunitas mereka tumbuh lebih bersatu dalam visi untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Kerja sama dengan institusi keuangan syariah lokal telah membantu memperkuat ekonomi lokal dan memberikan dorongan bagi pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di daerah.

4 Pembahasan

a. Gambaran Umum Danau Laut Tawar

Danau Laut Tawar (sebutan suku Gayo: Lut Tawar) adalah sebuah danau dan kawasan wisata yang terletak di Dataran Tinggi Aceh Tengah, Provinsi Aceh. Luas danau ini kira-kira 5.472 hektar dengan panjang 17 kilometer dan lebar 3,219 kilometer. Volume airnya kira-kira 2.537.483.884 m³ atau 2,5 triliun liter. Danau Laut Tawar merupakan salah satu danau di Indonesia yang berada di Kabupaten Aceh Tengah. Luas permukaan perairan Danau Laut Tawar sebesar ±5,742.10 Ha dan melayani ±64,147 jiwa (*Badan Pusat Statistik, t.t.*)

Di danau ini terdapat berbagai macam spesies ikan yaitu Ikan Nila, Ikan Koan, Ikan Mujair, Ikan Depik, dan lain-lain. Ikan Depik (*Rasbora Tawarensis*) adalah ikan endemik yang hanya ditemukan di Danau Laut Tawar Kabupaten Aceh Tengah. Kegiatan penangkapan ikan Depik biasanya dilakukan sepanjang tahun, terutama pada musim hujan sedangkan pada musim kemarau hanya dapat ditemukan pada waktu bertiup angin Depik, yaitu angin yang bertiup hanya beberapa jam yang menyebabkan Ikan Depik terangkat ke permukaan.

Selain menjadi kawasan wisata, danau ini juga sebagai tempat mencari nafkah sebagian masyarakat yang tinggal di sekitarnya, misalnya sebagai nelayan tangkap dan budidaya (dengan menggunakan keramba tancap dan apung) (Mukhtar & Rahayu, 2019). Salah satu jenis ikan yang sangat populer dan endemik yang ada di danau ini adalah Ikan Depik (*Rasbora tawarensis*). Ikan yang mirip teri ini memiliki panjang

rata-rata 7 ± 8 cm dan lebar 2 cm. Ikan ini dapat ditangkap sepanjang tahun, namun puncaknya sekitar bulan Agustus hingga akhir tahun, yang ditandai dengan gejala alam angin berhembus lebih dingin disertai hujan gerimis (bahasa Gayo: kuyu ni Depik).

Bagi masyarakat sekitar Danau Laut Tawar, Ikan Depik merupakan komoditas yang sangat digemari dan bernilai ekonomi tinggi. Menurut Snouck Hurgronje dalam buku *Het Gajoland en Zijne Bewoners* (1903) yang diterjemah oleh Hasan (1996) bahwa dahulu, tahun 1900, ikan ini ditangkap dengan menggunakan alat tradisional seperti cangkul, sejenis jaring persegi yang terbuat dari benang kerri.

Kebiasaan menangkap ikan dilakukan oleh para Nelayan Ikan Depik pada pagi hari sebelum subuh tiba. Para Nelayan akan pergi menggunakan perahu masing-masing yang dilakukan secara individu atau pun berkelompok. Para Nelayan ikan Depik akan pulang kembali ke daratan sekitar pukul 08.00 atau 09.00 pada pagi hari. Aktivitas menangkap ikan di Danau Laut Tawar hanya dilakukan di pagi hari. Selanjutnya, para Nelayan melakukan pemasaran ikan di daerah tempat tinggalnya.

Keunikan ikan Depik Danau Laut Tawar ini membuat keberadaannya hanya bisa berkembang biak di Danau Laut Tawar saja (Sanusi Ismail, 2022). Dinas Perikanan Kabupaten Aceh Tengah menyadari bahwa ikan Depik adalah salah satu daya tarik pariwisata. Namun demikian, ikan Depik tidak dapat dikembang biakkan diluar Danau Laut Tawar. Nugraha, salah satu Analisis Pengelolaan Sumber Daya Perikanan menyatakan bahwa *"Ikan Depik ini memiliki karakteristik tersendiri, dan tidak bisa disamakan dengan Ikan Nila yang dapat dikembangbiakkan diperaian manapun. Ikan Depik ini bagaikan ikan Piranha yang hanya ada di Sungai Amazon. Sebagai salah satu ikan Endemik, ikan Depik hanya bisa hidup di Danau Laut Tawar"*.

b. Literasi Inklusi Keuangan Digital Berbasis Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan Depik

SNLIK (Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan) 2022 yang dilaksanakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengukur tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah. Hasil yang diperoleh menunjukkan indeks

literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia meningkat dari 8,93 persen di tahun 2019 menjadi 9,14 persen di tahun 2022. Sementara itu, tingkat inklusi keuangan syariah juga menunjukkan peningkatan menjadi 12,12 persen di tahun 2022 dari sebelumnya 9,10 persen pada periode survei tahun 2019 (Ainolayqin, 2024).

Tabel 2 Perbandingan Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah

Indeks Syariah	2019	2022
Literasi	8,93%	9,14%
Inklusi	9,10%	12,12%

Di sisi keuangan syariah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat indeks inklusi dan literasi keuangan syariah masing-masing sebesar 12,12 persen dan 9,14 persen pada 2022 (Frita dkk., 2021). Adapun realisasi ini tumbuh dibandingkan periode sama tahun sebelumnya masing-masing sebesar 8,93 persen dan 9,10 persen. Data BPS menunjukkan 90% penduduk yang bekerja di sektor perikanan adalah nelayan. Menjadi sebuah ironi, dengan potensi sektor perikanan yang luar biasa tersebut tingkat kesejahteraan nelayan sangat jauh dari kata mapan. Bahkan, profesi nelayan menjadi sebagai salah satu profesi paling miskin di Indonesia, sebanyak 11,34% nelayan tergolong miskin, lebih tinggi dibandingkan pelayan restoran (5,56%), konstruksi bangunan (9,86%) serta pengelolaan sampah (9,62%). Senada dengan hal tersebut, inklusi keuangan nelayan juga tertinggal jika dibandingkan dengan petani dan profesi di sektor lainnya.

Masyarakat/institusi di daerah pesisir yang tergolong *unbanked people* dan belum dapat mengakses sebagian besar layanan keuangan formal (Leonardi dkk., 2024). Untuk meningkatkan akses permodalan nelayan, pemerintah menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di sektor kelautan dan perikanan (Sulkarnain, 2023). Pada tahun 2021, penyaluran KUR sektor kelautan dan perikanan meningkat signifikan mencapai Rp8,05 triliun atau tumbuh 53,04 persen dari tahun sebelumnya. Meski penyaluran KUR sektor kelautan dan perikanan terus meningkat dari tahun ke tahun, KUR yang telah disalurkan belum bisa melepaskan nelayan dari jeratan utang rentenir.

Banyaknya nelayan yang mengakses modal usaha dari para rentenir membuktikan bahwa para nelayan belum sepenuhnya dapat mengakses permodalan dari perbankan (Irawan & Junarto, 2022). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berkomitmen untuk terus melakukan percepatan perluasan akses atau inklusi keuangan masyarakat guna mendukung prioritas pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan dan mendorong pembangunan nasional (Wuaten, 2022). Oleh karena alasan tersebut, tim pengabdian memilih melakukan pengabdian kepada nelayan mengenai literasi keuangan digital, minimal memperkenalkan keuangan digital kepada masyarakat nelayan.



Gambar 1: Koordinasi dengan Dinas Perikanan Aceh Tengah

Kegiatan pada gambar 1 berkunjung ke Dinas Perikanan Aceh Tengah guna melakukan koordinasi dengan pihak terkait, sekaligus mendapatkan informasi awal mengenai kondisi nelayan di Danau Laut Tawar sekaligus berkoordinasi di desa mana tim dapat melaksanakan pengabdian. Sekretaris Dinas Perikanan Aceh Tengah, setelah berkoordinasi dengan Huzaimah, Pengelola Produksi Perikanan Tangkap beserta Sekretaris Dinas Perikanan Aceh Tengah mengusulkan untuk memilih desa Gegarang atau Lelabu sebagai lokasi pengabdian. Desa Gegarang dianggap cocok karena mereka lebih mudah menerima hal baru. Selain itu nelayan desa tersebut juga lebih kompak dan senang mengikuti berbagai kegiatan. alasan ketiga yang paling utama adalah, Desa gegarang terkenal sebagai nelayan Depik. Mereka mayoritas adalah nelayan Depik.

Tabel 3 Alasan Pemilihan Desa Gegarang sebagai Lokasi Pengabdian

No	Desa Toweren	Desa Lelabu	Desa Gegarang
----	--------------	-------------	---------------

1.	Tidak tersedia balai desa yang memadai untuk lokasi pelatihan dan seminar	Tersedia lokasi atau balai desa	Tersedia lokasi Balai desa
2.	Sulit mengumpulkan nelayan untuk mengikuti kegiatan	Sulit mengumpulkan nelayan untuk mengikuti kegiatan	Lebih mudah mengumpulkan nelayan untuk mengikuti kegiatan pengabdian
3.	Nelayan Toweren bukan Nelayan Depik, tetapi nelayan Umum	Nelayan Lelabu sebagian besar bukan nelayan Depik, melainkan nelayan umum	Sebagian Besar Nelayan Gegarang adalah nelayan Depik
4.	Sulit menerima perubahan terutama dari orang di luar Aceh Tengah	Sulit menerima perubahan terutama dari luar Aceh Tengah	Lebih mudah menerima perubahan, meskipun dari luar daerahnya.

Dari tabel di atas dapat dilihat gambaran dan alasan pemilihan Desa Gegarang sebagai lokasi pengabdian. Selain merupakan rekomendasi dari Dinas Perikanan Aceh Tengah, di desa tersebut juga tersedia balai desa, nelayan yang lebih kooperatif dan mudah menerima pihak luar ke desa tersebut. Huzaimah menyebutkan, terdapat 14 Kecamatan yang mengelilingi Danau Laut Tawar dan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai Nelayan, selain mereka juga memiliki kebun. Adapun lokasi pengabdian terletak di Kecamatan Bintang, Desa Gegarang yang memiliki produksi depik terbanyak dari seluruh kecamatan, yaitu sebesar 22, 33 %. Jumlah tersebut di atas Kecamatan Lut Tawar, 4, 73%, Kebayakan 4, 56 % dan Bebesen 0,46%.

Tabel 4: Produksi Perikanan Tangkap di Perairan Umum Daratan (PUD), Aceh Tengah, 2021

TABLE 04 PRODUKSI PERIKANAN TANGKAP DI PERAIRAN UMUM DARATAN (PUD) MENURUT KECAMATAN DI KABUPATEN ACEH TENGAH, 2019-2021

TABLE 04 INLAND OPENWATER CAPTURE FISHERIES PRODUCTION BY SUBDISTRICT IN ACEH TENGAH DISTRICT, 2019-2021

No.	Kecamatan	2019			2020			2021			Jumlah	2019	2020	2021
		Tangkap			Tangkap			Tangkap						
		kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg	kg				
1	INTEH	-	-	-	-	-	-	-	-	0,07	-	-	-	0,07
2	ATU LINTANG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	KECAMATAN BINTANG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	BINTANG	119,4	91,4	109,9	-	-	-	-	-	-	119,4	91,4	109,9	-
5	LUT TAWAR	63,5	105,2	94,4	-	-	-	-	-	-	63,5	105,2	94,4	-
6	KEBAYAKAN	47,6	98,3	82,5	-	-	-	-	-	-	47,6	98,3	82,5	-
7	BEBESAN	-	-	-	-	-	-	0,1	0,1	0,1	-	-	-	0,3
8	BEBESAN	-	-	-	-	-	-	0,1	0,1	0,10	-	-	-	0,30
9	BEBESAN	7,6	9,2	18,7	-	-	-	0,4	0,2	0,10	-	-	-	18,8
10	WATE PANANG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	SAH BARRA	-	-	-	-	-	-	0,1	0,2	0,10	-	-	-	0,30
12	KTOL	-	-	-	-	-	-	0,1	0,1	0,10	-	-	-	0,30
13	CELIAH	-	-	-	-	-	-	0,1	0,1	0,10	-	-	-	0,30
14	BLISPA ANTARRA	-	-	-	-	-	-	0,1	0,1	0,20	-	-	-	0,30
Jumlah / Total		238,1	304,1	305,5	-	-	-	0,8	0,8	0,99	-	-	-	305,5

Sumber : Dinas Perikanan Kab. Aceh Tengah.
 Source : Fisheries Service of Aceh Tengah Regency.

Adapun menurut Data dari Dinas Perikanan Aceh Tengah, sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2019 ke tahun 2020. Di Kecamatan Bintang jumlah tangkapan pada tahun 2019 sebanyak 119,4% menurut drastis menjadi 91,4 % di tahun 2020, dan mulai meningkat kembali di tahun 2021 sebesar 109,9 %. Sedangkan di Kecamatan Lut Tawar produksi tangkapan dari 63,5% ditahun 2019 meningkat menjadi 105,2 % di tahun 2020 dan kembali turun di tahun 2021 menjadi 94,4 persen. Di Kecamatan Kebayakan jumlah tangkapan ikan pada tahun 2019 47,6%, kemudian meningkat menjadi 98,3% di tahun 2020 dan kembali menurun di tahun 2021 menjadi 82,5%. Sementara di Kecamatan Bebesen, pada tahun 2019 hasil tangkapan 7,6%, kemudian meningkat menjadi 9,2 % dan kembali terjadi peningkatan di tahun 2021 sebesar 18,7%. Jika diakumulasi, hasil tangkapan di Danau Laut Tawar pada Tahun 2019 sebesar 238,1 %, kemudian meningkat 304,1% di tahun 2020 dan 305,5% di tahun 2021. Dapat disimpulkan, di beberapa lokasi terjadi penurunan produksi, namun di lokasi lainnya terjadi peningkatan, sehingga jika ditotal secara keseluruhan, meskipun terjadi penurunan hasil tangkapan di beberapa Kecamatan, namun secara keseluruhan mengalami kenaikan, meskipun tidak signifikan. Perlu di perhatikan, jumlah tersebut bukan hanya tangkapan ikan Depik, namun keseluruhan ikan hasil tangkapan Nelayan di Danau Tawar, Aceh Tengah.

Tabel 5: Produksi Perikanan di Perairan Umum Daratan (PUD) Tahun 2019 s/d 2021 Menurut Kecamatan di Aceh Tengah

The table displays production data for various districts in Aceh Tengah from 2019 to 2021. The districts listed include: 1. LINGGAT, 2. KATU (TAWAR), 3. KAWAN, 4. KAWAN, 5. KAWAN, 6. KAWAN, 7. KAWAN, 8. KAWAN, 9. KAWAN, 10. KAWAN, 11. KAWAN, 12. KAWAN, 13. KAWAN, 14. KAWAN, 15. KAWAN, 16. KAWAN, 17. KAWAN, 18. KAWAN, 19. KAWAN, 20. KAWAN, 21. KAWAN, 22. KAWAN, 23. KAWAN, 24. KAWAN, 25. KAWAN, 26. KAWAN, 27. KAWAN, 28. KAWAN, 29. KAWAN, 30. KAWAN, 31. KAWAN, 32. KAWAN, 33. KAWAN, 34. KAWAN, 35. KAWAN, 36. KAWAN, 37. KAWAN, 38. KAWAN, 39. KAWAN, 40. KAWAN, 41. KAWAN, 42. KAWAN, 43. KAWAN, 44. KAWAN, 45. KAWAN, 46. KAWAN, 47. KAWAN, 48. KAWAN, 49. KAWAN, 50. KAWAN, 51. KAWAN, 52. KAWAN, 53. KAWAN, 54. KAWAN, 55. KAWAN, 56. KAWAN, 57. KAWAN, 58. KAWAN, 59. KAWAN, 60. KAWAN, 61. KAWAN, 62. KAWAN, 63. KAWAN, 64. KAWAN, 65. KAWAN, 66. KAWAN, 67. KAWAN, 68. KAWAN, 69. KAWAN, 70. KAWAN, 71. KAWAN, 72. KAWAN, 73. KAWAN, 74. KAWAN, 75. KAWAN, 76. KAWAN, 77. KAWAN, 78. KAWAN, 79. KAWAN, 80. KAWAN, 81. KAWAN, 82. KAWAN, 83. KAWAN, 84. KAWAN, 85. KAWAN, 86. KAWAN, 87. KAWAN, 88. KAWAN, 89. KAWAN, 90. KAWAN, 91. KAWAN, 92. KAWAN, 93. KAWAN, 94. KAWAN, 95. KAWAN, 96. KAWAN, 97. KAWAN, 98. KAWAN, 99. KAWAN, 100. KAWAN. The table also includes a legend: 'Sumber: Dinas Perikanan Kab. Aceh Tengah' and 'Catatan: Nilai dalam satuan ton/kuartal/periode'.

Sedangkan untuk hasil tangkapan ikan Depik, pada kuartal 1 Tahun 2021 sebesar 12, 602 ton, kemudian meningkat di kuartal II menjadi 18 ton, lalu mengalami penurunan di kuartal III menjadi 1,444 ton dan kembali menurun secara signifikan di Kuartal VI menjadi 0,031 ton. Menurunnya hasil tangkapan Depik, menurut Huzaimah, bersama Nugraha, Analisis Pengelolaan Sumberdaya Perikanan dan Taufik Pengawas Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan menyebutkan beberapa faktor penyebab menurunnya hasil tangkapan Depik, di antaranya nelayan yang menggunakan alat tangkap berupa *Cangkul* dan semakin banyaknya keramba apung di seputaran danau. Dengan alat Cangkul tersebut, Depik yang belum layak panen karena masih sangat kecil juga ikut tertangkap. Selain itu faktor kebersihan danau juga sangat mempengaruhi, karena ikan Depik bertelur di mata air jernih, pencemaran danau akibat kelebihan pemberian pakan di keramba juga berdampak pada jumlah ikan depik. Berdasarkan data dari Dinas Perikanan Aceh Tengah, terdapat 12 hasil tangkapan di Danau Laut Tawar, yaitu Nila, Kawan, Depik/Eas, Nilem/Peres, Benteur/Kepras, Gabus/Bado, Ikan Mas, Relo, Lobster Air Tawar, Sidat/Denung, lele dan Pedih atau Semah. Dari seluruh ikan di Danau tersebut, Ikan Nila menempati urutan pertama dengan jumlah produksi mencapai 204, 560 Ton di tahun 2021, disusul Relo sebesar 60 Ton dan Depik di urutan ke tiga sebesar 32,077 Ton.

Adapun rincian hasil tangkapan Ikan di Danau Laut Tawar pada kuartal I adalah 70.2 ton, kemudian meningkat di kuartal ke II menjadi

92,8 ton, dan menurun di kuartal ke tiga 63,3 ton, dan meningkat kembali di kuartal ke III menjadi 80,2 ton. Sehingga secara keseluruhan hasil tangkapan Ikan di Danau Laut Tawar pada tahun 2021 berjumlah 306,376 ton. Pada tanggal 6 dan 7 Desember untuk mendapatkan gambaran awal dan sebagai bahan perbandingan, tim pengabdian melakukan survey lokasi ke Toweren, lokasi awal yang disarankan oleh informan di Aceh Tengah. Pukul 06.30 Tim pengabdian sampai di Toweren dan melihat para nelayan sedang melabuhkan perahunya ke pinggir danau. Pada tanggal 6, tim pengabdian kurang mendapatkan sambutan dari nelayan. Mereka memberikan harga yang sangat tinggi untuk satu bambu depik, Rp. 200.000 hingga Rp. 300.000., Produksi penangkapan ikan Depik mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini diduga disebabkan laju penangkapan yang tinggi dan adanya persaingan antara ikan depik dengan ikan-ikan lainnya. Kampung Gegarang merupakan salah satu kampung yang berada di Kecamatan Bintang Kabupaten Aceh Tengah yang berjarak 7 Km dari Ibu Kota Kecamatan, 21 Km dari Ibu Kota Kabupaten dan 360 Km dari Ibu Kota Provinsi. Luas Kampung Gegarang \pm 1000 Ha yang terbagi dalam dua Dusun yaitu Dusun Arol Atas dan Dusun Senang dengan jumlah penduduk \pm 143 jiwa.

Dari hasil wawancara dengan 14 Nelayan Desa Gegarang, dari 25 anggota kelompok Nelayan Gegarang, mereka mulai menangkap ikan sejak dari kecil karena sering mengikuti orang tua atau saudara ke Danau Laut Tawar. Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), nelayan yang hadir berusia dibawah 50 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya mereka sudah melakukan proses penangkapan ikan di Danau Laut Tawar lebih dari 10 tahun. Namun keesokan harinya, untuk mendapatkan dokumentasi yang lebih baik, tim pengabdian kembali ke Toweren dan mendapatkan sambutan yang cukup hangat. Harga Depik yang sehari sebelumnya sangat tinggi menjadi hanya Rp. 60.000., hingga Rp.80.000., perkilo. Dengan kualitas dan kesegaran yang sama seperti sehari sebelumnya. Sadri (50) tahun juga memberikan banyak informasi terkait menurunnya hasil tangkapan nelayan terutama tiga tahun belakangan. Ia juga membawa tim pengabdian ke keramba Ikan Mujair miliknya menggunakan rakit yang terbuat dari drum minyak.

Keesokan harinya, dilaksanakan Pelatihan mengenai Inklusi Literasi Keuangan Digital bersama Nelayan. Sesi diawali dengan seminar yang diisi oleh Fachrur Rizha. Dosen Komunikasi dan Penyiaran Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon. Dalam materinya, Fachrur Rizha menyampaikan materinya yang berjudul Literasi Pemasaran Berbasis Teknologi Digital Bagi Nelayan Depik Danau Laut Tawar. Fachrur Rizha memperkenalkan mengenai Literasi Keuangan Digital bagi Nelayan Depik. Dan mengapa keuangan digital menjadi penting, pertama untuk mempercepat akses kepada konsumen, menghemat biaya operasional (tidak lagi tergantung dengan bangunan fisik), memudahkan seseorang mengakses produk dan layanan jasa keuangan, membuat hidup semakin nyaman (*lifestyle*), karena transaksi keuangan menjadi lebih mudah, perlindungan data pribadi konsumen merupakan prioritas utama, baik oleh konsumen maupun lembaga jasa keuangan.

Depik dapat menjadi oleh-oleh khas Aceh Tengah bagi para wisatawan, selain kopi Gayo yang sudah menjadi maestro oleh-oleh dari Dataran Tinggi Gayo. Beriringan dengan hal tersebut, nelayan depik mendapat berbagai keuntungan, antara lain menambah pendapatan, pemasaran depik tidak hanya sebatas di tingkat lokal, hingga menambah peluang kerja bagi masyarakat di dataran tinggi Gayo.



Gambar 2: Kegiatan Pendampingan bagi para nelayan

Depik sebagai endemik Danau Laut Tawar merupakan kebanggaan masyarakat Aceh Tengah, karena belum dapat dibudidayakan, maka jalan keluarnya adalah dengan menjaga habitat dan kebersihan danau. Banyaknya keramba yang bermunculan juga berpengaruh kepada

habitat Depik. Ikan-ikan yang dibudidaya itu juga memangsa ikan Depik, sehingga jumlah ikan Depik perlahan semakin sedikit. Menurut Rizkan Putra, persoalan lain ketika semakin banyaknya resort bermunculan di sekitar danau, menurutnya hal tersebut salah satunya menjadi Tanggungjawab Dinas Pariwisata. Kehadiran Resort wisata di sekeliling danau secara tidak langsung mengganggu lokasi bertelur Ikan Depik dan perlahan habitatnya semakin berkurang.

c. Strategi Marketing Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan Depik Danau Laut Tawar

Nelayan yang terbiasa menjalankan bisnis secara tradisional, kini secara tertatih-tatih berusaha mengikuti perubahan zaman. Oleh karenanya, literasi inklusi keuangan digital sangat bermanfaat bagi masyarakat nelayan dalam menjalankan pekerjaan mereka, terutama sebagai nelayan ikan Depik yang unik, atau endemik di Danau Laut Tawar. Penggunaan *e-marketing* sangat menguntungkan dalam ekonomi di era digital, khususnya dapat memberikan keunggulan dalam segi strategi bisnis. Pada tanggal 8 Desember 2022, Pukul 14.00 Wib kegiatan dilanjutkan dengan Pelatihan Literasi Keuangan Digital bagi nelayan Desa Gegarang, Danau Laut Tawar. Dengan menghadirkan pemateri, Junaidi M, Kom.I dengan materi lebih ke praktik pembuatan media pemasaran secara *online*, terutama Instagram, Toko Online dan *e-commerce* (shoope).

Melalui pelatihan literasi keuangan digital, sangat diharapkan agar nelayan berpikir ke depan untuk keberlangsungan masyarakat nelayan di Aceh Tengah. Dengan memanfaatkan berbagai media digital tujuannya untuk mempromosikan produk, baik itu dalam bentuk bahan bakunya ikan keringnya ataupun dalam bentuk ikan yang sudah di olah.

Gambar 3 Materi pelatihan Metode Pemasaran Digital



KRITERIA	USAHA OFFLINE	USAHA ONLINE
Sewa Toko/Sewa Website/Hosting	Rp. 2000 (juta/bulan) (rata Rp. 2,5 juta/bln)	Rp. 150000/bulan (rata2 Rp. 25rb/bln)
Biaya Listrik & Service/ biaya internet	Rp. 100500/bln	Rp. 300400/bln + Komputer
Gaji karyawan/gaji supporting	Rp. 500700/bul/bln	Rp. 0 (bisa dilakukan sendiri u pemula)
Modal barang	4 juta/bln (relatif)	0-200rb (relatif)
Biaya promosi	Rp. 200300/bln (relatif)	Rp. 300500/bln (relatif)
Total biaya rata2 maksimal/bln	Rp. 8 juta/bln	Rp. 1.125j/bln
Total biaya rata2 minimal/bln	Rp. 6,447bn	Rp. 325rb/bln

Pemasaran secara *online*, masyarakatnya tidak terpaku kepada pasar tradisional atau manual yang arus sewa toko atau lapak. Sementara sistem *online* lebih hemat, lebih efisien, dari segi waktu, tenaga. Sehingga nanti Gegarang akan dikenal sebagai pusat penjualan oleh-oleh khas Aceh Tengah yang berasal dari danau laut tawar, terutama olahan Ikan depik. Dewasa ini jual beli tradisional mulai kurang diminati karena memerlukan waktu dan tenaga yang lebih dibandingkan dengan sistem *online*. Sebagai perbandingan, secara *online*, modal yang dibutuhkan lebih murah dibanding dengan penjualan secara *offline*. Jadi ini kalau untuk secara *online* sewa tokonya bisa mencapai 20 juta, kalau jual online Rp. 100.000., sampai Rp. 500.000., pertahun. Kemudian modal barang dan sebagainya sampai ke biaya promosi. Banyak kemudahan. Untuk toko *offline* kalau di pusat keramaian misalnya, diawal pandemi menurun. Jadi promosi hampir tanpa biaya karena media yang digunakan adalah media *online*. Penjualan *online* secara sederhana dapat dilakukan melalui *Whatsaap*, *Facebook*, *Instagram*, hingga *Tik-Tok*. Untuk toko tradisional biasa itu perlu pemasangan spanduk, pamflet, dan sebagainya hingga kartu nama untuk cetak yang menghabiskan banyak habis anggaran. Secara umum, hanya membutuhkan waktu 15 menit untuk membuat toko *online*, dan membutuhkan hingga 15 tahun untuk sebuah toko *offline*. Dana Rp.15.000.000., juta belum cukup untuk membangun sebuah toko. Toko *online* dapat diisi dengan berbagai unggahan menarik mengenai ikan depik, tidak hanya menyajikan penjualan ikan depik dengan berbagai bentuk, namun juga dapat memberikan informasi edukasi di menu yang tersedia di toko *online*.

Junaidi, dalam materinya menyampaikan *online marketing* merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi yang diterapkan dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan efisiensi dalam strategi pemasaran di era globalisasi. Pertumbuhan perdagangan via internet terus tumbuh secara signifikan. Sejak 2001 hingga 2005 mencapai 68% di Amerika Serikat, 91% di Eropa dan 109% di Asia. Menariknya 85% dari perusahaan yang melibatkan perdagangan *online* tersebut adalah perusahaan berskala kecil dan menengah (Celuch et al,

2007). Konsep Pemasaran Online: Informasi + Interaktivitas = Rasa Tertarik/Keterlibatan Konsumen.

Hasil Riset Nielsen, *online* :80% pembeli membeli di toko setelah mengunjungi toko *online*, 58% di antaranya membeli di toko yang situs webnya paling sering mereka kunjungi. Hasil riset di atas menunjukkan bahwa sistem *online* dapat meningkatkan penjualan *offline*. Mereka yang membeli barang di sebuah toko melakukan riset terlebih dulu di sunia maya. Perbandingannya, 52% melakukan riset terlebih dulu secara *online* dibanding 25% yang meriset di toko. Kemudian 52% itu datang ke toko sudah dengan bekal informasi yang memadai, sehingga tahu apa yang akan mereka beli. Kelengkapan informasi produk menjadi syarat mutlak di sebuah toko *online*. Calon konsumen akan membeli langsung di toko online tersebut, atau langsung ke toko *offlinenya*.

Tabel 6 Tanggapan Nelayan terhadap kegiatan Pengabdian

No	Tanggapan Nelayan Terhadap Pelatihan dan Seminar Literasi keuangan Digital
1	Menanggapi dengan baik dan antusias terhadap pelatihan, seminar dan wawancara yang dilakukan tim Pengabdian
2.	Berharap bantuan dari pemerintah untuk alat produksi pengolahan depik untuk meningkatkan kualitas olahan Depik
3.	Pencemaran danau akibat banyaknya resort dan lokasi wisata di sepanjang danau berpotensi mengurangi habitat Depik
4.	Banyaknya keramba apung dan nelayan Cangkul juga mengancam habitat Depik
5.	Literasi keuangan digital memungkinkan dilaksanakan bagi nelayan, terutama nelayan Milenial
6.	Nelayan merasakan keluhan berkurangnya hasil tangkapan Depik selama beberapa tahun terakhir

5 Kesimpulan

Inklusi literasi ekonomi digital berbasis Keuangan Syariah dapat membantu meningkatkan pendapatan nelayan Depik Danau Laut Tawar dapat membantu meningkatkan kreatifitas dan menjadi mata pencaharian alternatif baru bagi para nelayan Ikan Depik di Danau Laut Tawar, khususnya Desa Gegarang, Kecamatan Bintang, Aceh Tengah. Kegiatan pengabdian terkait Literasi Keuangan Digital Berbasis Penguatan Ekonomi Syariah terutama bagi Nelayan Ikan Depik di Danau laut Tawar sangat penting untuk dilaksanakan, mengingat para nelayan masih menggunakan cara tradisional untuk memasarkan hasil tangkapannya. Serta mengidentifikasi strategi marketing digital yang tepat untuk diterapkan bagi nelayan Depik Danau Laut Tawar, sehingga akan berdampak positif terhadap pendapatan.

Strategi marketing digital yang sesuai untuk meningkatkan pendapatan nelayan Depik Danau Laut Tawar, berdasarkan hasil pengabdian adalah media sosial berupa Instagram, WhattsApp, Facebook, *e-commerce* dan membuka toko *online*. Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah kegiatan ini berhasil memperkenalkan sistem pemasaran digital kepada nelayan Depik dengan berhasil membuat Instagram, membuka lapak di Shoope dan Instagram. Selain platform pemasaran digital atau *e-commerce*, terdapat juga platform *financial technology* (Fintech) yang dapat mempermudah akses masyarakat terhadap keuangan selain Bank, seperti Investree, Ammana *Fintech Syariah* – Pinjaman *Online P2P Lending*, BSalam – Pinjaman Syariah *Online*, Pinjaman Syariah *Online*, Dana Syariah Indonesia, dan sebagainya. Juga terdapat *platform* investasi seperti Amartha, yang khusus membidangi UMKM, kemudian Bibit, dengan produk unggulannya reksadana dan sistem *crowd funding* seperti Tani Fund. Meskipun demikian terdapat beberapa persoalan seperti menurunnya hasil tangkapan Depik karena penggunaan keramba apung dan kehadiran nelayan Cangkul. Sedangkan untuk hasil tangkapan ikan Depik, pada kuartal 1 Tahun 2021 sebesar 12, 602 ton, kemudian meningkat di kuartal II menjadi 18 ton, lalu mengalami penurunan di kuartal III menjadi 1,444ton dan kembali menurun secara signifikan di Kuartal VI menjadi 0,031 ton. Berdasarkan data dari Dinas Perikanan Aceh Tengah, dari seluruh ikan di Danau tersebut, Ikan Nila menempati urutan

pertama dengan jumlah produksi mencapai 204, 560 Ton di tahun 2021, disusul Relo sebesar 60 Ton dan Depik di urutan ke tiga sebesar 32,077 Ton.

6 Pengakuan

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung pengabdian ini, terutama dari penelitian, publikasi ilmiah, pengabdian kepada masyarakat (Litabdimas) Kemenag RI tahun 2022. Terimakasih juga kami ucapkan kepada STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh, Masyarakat Nelayan Gegarang, Toweren, IAIN Takengon dan Dinas Perikanan Aceh Tengah yang telah membantu menyukseskan kegiatan pengabdian ini.

7 Referensi

- Afandi, A., Laili, N., & Wahyudi, N. (t.t.). *Metodologi pengabdian masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Ainolyaqin, A. Y. (2024). Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1130. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12117>
- Apriyantini, M. A. (2024). *Konsep Bunga Dalam Pemikiran Ekonomi Pancasila Mohammad Hatta Perspektif Ekonomi Islam* [Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/48690>
- Aysan, A. F., Gozgor, G., & Nanaeva, Z. (2024). Technological perspectives of Metaverse for financial service providers. *Technological Forecasting and Social Change*, 202, 123323. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123323>
- Badan Pusat Statistik. (t.t.). Diambil 8 April 2024, dari <https://acehtengahkab.bps.go.id/publication/2024/02/28/9514a05ddeb7675e8606cf6b/kabupaten-aceh-tengah-dalam-angka-2024.html>
- Danarti, D., & Sukendro, S. (2024). *Momprenurship 160 Ide Bisnis Paling Laris*. Penerbit Andi.

- Ervanni, O. W., Safitri, I., Wulandari, V., Sari, W., Imelia, A. T., Rafli, J. H., Maulana, A., & Juleha. (2024). Distribusi Pendapatan Dalam Perspektif Islam. *TOMAN: Jurnal Topik Manajemen*, 1(1), Article 1.
- Frita, N., Hamdani, I., & Devi, A. (2021). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Bank Syariah terhadap Infrastruktur Nasional Dan Pertumbuhan Ekonomi Dalam Program SDGs. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 155–182. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.690>
- Hakim, M., Milzam, M., Suseno, A. T., Anjarini, A. D., & Afif, R. (2024). Pemberdayaan Pengelolaan Sumberdaya Bumdes Berkah Jaya Desa Karangasem Melalui Implementasi Digital Marketing. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v7i1.19927>
- Harsono, I., & Suprpti, I. A. P. (2024). The Role of Fintech in Transforming Traditional Financial Services. *Accounting Studies and Tax Journal (COUNT)*, 1(1), 81–91. <https://doi.org/10.62207/gfzvtd24>
- Indra, I. (2015). Kajian Kondisi Perikanan Di Danau Laut Tawar Aceh Tengah. *Jurnal Agrisepe*, 16(2), Article 2.
- Irawan, Y., & Junarto, R. (2022). Persepsi dan Minat Masyarakat Pesisir Terhadap Sertipikat Tanah. *Widya Bhumi*, 2(2), 104–122. <https://doi.org/10.31292/wb.v2i2.44>
- Leonardi, A., Sjafri, A. V., Saleh, A., & Fatchiya, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Digital untuk Pemasaran Ikan Skala Mikro: Systematic Literature Review. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6873>
- Mukhtar, D. F., & Rahayu, Y. (2019). Analisis Pendanaan Modal Umkm Melalui Financial Technology Peer To Peer Lending (P2P). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(5), Article 5. <http://jurnalmahasiswa.stesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2029>
- Nuramelia, S., & Rahayu, S. (2023). PENGARUH TINGKAT FINANCIAL LITERACY, TINGKAT PENDAPATAN DAN PERILAKU INVESTOR TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI INDIVIDU. *JURNAL EKONOMIKA*, 14(1), 38–49. <https://doi.org/10.35334/jek.v14i1.2921>

- Sanusi Ismail, 2006047003. (2022). *Kopi Gayo: Kajian Historis dan Sosiologis*. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/30080/>
- Shanty, M. K., & Zaerofi, A. (2024). Peran Asuransi Syariah dalam Membangun Rantai Nilai Halal. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 6(1), 74–89. <https://doi.org/10.33367//at.v6i1.1492>
- Sulkarnain, S. (2023). Kontribusi Kredit Usaha Rakyat (KUR) Sebagai Penambahan Modal Usaha Dan Peningkatan Produksi Pelaku UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.35326/jiam.v6i2.3723>
- Sumartan, Nugraha, R., Suriadi, Rahman, U., Wahyuddin, N. R., & Yanti, N. E. (2024). Meningkatkan Kesejahteraan Petani Melalui Penyuluhan Pertanian Berbasis Agribisnis Di Desa Cenrana Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 811–824. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i1.1325>
- Wuaten, F. M. (2022). The Role of Sustainable Finance and Technology at Bank BJB in Supporting the “Sustainable Development Goals.” *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(1Sp), 97–108. <https://doi.org/10.34306/att.v5i1Sp.318>