



Pendampingan Digitalisasi Kelompok Tani Tambak dalam Promosi Produk Melalui Media Sosial *E-Commerce*

¹Muhammad Riska, ²Hilda Ashari*, ³Akhyar Muchtar, ⁴Veronika Asri Tandirerung, ⁵Muh. Iswal Burhan

^{1,2,3,4,5}Jurusan Pendidikan Teknik Elektro, Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

Email: muhammadrabab@unm.ac.id ¹, hildaashari@unm.ac.id ², akhyarmuchtar@unm.ac.id ³, veronika.asri@unm.ac.id ⁴, iswal@unm.ac.id ⁵

*hildaashari@unm.ac.id

*Penulis korespondensi: Hilda Ashari

Diterima: 25-08-2024; Direvisi: 27-09-2024; Dipublikasikan: 28-09-2024

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani tambak di Desa Bonto Manai melalui pemanfaatan teknologi e-commerce. Masalah utama yang dihadapi petani adalah terbatasnya akses pasar dan fluktuasi harga yang merugikan. Melalui pelatihan dan pendampingan, petani dilatih untuk menggunakan platform Shopee dalam memasarkan produk perikanan mereka. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan petani tentang e-commerce dan minat untuk memanfaatkan platform ini. Adapun kendala utama yang dihadapi adalah terbatasnya pengetahuan dasar digital di daerah tersebut sehingga tim perlu memberikan pendekatan lebih personal untuk memastikan peserta mampu memahami. Meskipun demikian, kegiatan ini memberikan bukti bahwa digitalisasi pemasaran dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan petani tambak. Kegiatan pengabdian ini merekomendasikan perluasan program literasi digital bagi petani tambak serta dukungan pemerintah dalam penyediaan infrastruktur digital yang memadai.

Kata Kunci: Petani Tambak, Pemasaran Produk Tambak, E-Commerce, Pelatihan dan Pendampingan, Digitalisasi,

ABSTRACT

This activity aims to improve the welfare of fish farm farmers in Bonto Manai Village through the utilization of e-commerce technology. The main problem faced by farmers is limited market access and detrimental price fluctuations. Through training and mentoring, farmers are trained to use the Shopee platform to market their fishery products. The results of the activity show an increase in farmers' knowledge about e-commerce and a willingness to utilize this platform. The main obstacle faced is the limited digital literacy in the area, so the team needs to provide a more personal approach to ensure that participants are able to understand. Nevertheless, this activity provides evidence that digital marketing can be an effective solution to increase the income of fish farm farmers. This community service activity recommends the expansion of digital literacy programs for fish farm farmers as well as government support in providing adequate digital infrastructure.

Keywords: Fish Farm Farmers, Fishery Products Marketing, E-Commerce, Training and Mentoring, Digitalization

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2024) terkait total produksi perikanan tambak di Indonesia mencapai 2,7 juta ton dimana komoditasnya mencakup hasil tambak udang, ikan maupun bandeng. Di pulau Sulawesi sendiri, hasil produksi mencapai sekitar 500 ribu ton (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024). Berjalannya dengan kebijakan ekonomi biru, sector perikanan tambak di Indonesia (Food and Agriculture Organization of The United Nations, 2024) menjadi memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, khususnya UMKM petani tambak.

Kabupaten Pangkep memiliki wilayah yang letaknya strategis dimana potensi pertumbuhan ekonominya sangat tinggi. Kabupaten Pangkep memiliki luas area mencapai 110.000 ha dengan luas area tambak mencapai 5.120,90 ha (Ernaningsih et al., 2023) dimana potensi perikanan di Kabupaten Pangkep terutama perikanan budidaya tambak bandeng mencapai 7.819,5 ton (Asni et al., 2022). Kecamatan Labakkang sendiri terletak di area pesisir di Kabupaten Pangkep dimana mayoritas warganya bekerja sebagai petani tambak. Karena posisinya yang sangat berdekatan dengan batas laut, Desa Bonto Manai menjadi salah satu penghasil terbesar hasil tambak yang berupa bandeng dan garam (Amelinda et al., 2021).

Ketika musim panen tiba terjadi kelebihan pasokan yang menyebabkan harga ikan bandeng dijual cukup rendah, yaitu kisaran Rp. 5.000 – Rp. 9.000 / ekornya (Hidayati et al., 2023) . Selain kelebihan pasokan, ketidakpahaman masyarakat petani tambak terhadap inovasi penjualan secara online menjadi salah satu faktor penyebab kurangnya eksistensi produk ikan bandeng mentah maupun olahannya.

Semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia, peran teknologi *e-commerce* dalam meningkatkan eksistensi produk menjadi semakin penting. *E-commerce* merupakan salah satu teknologi penting dalam kegiatan penjualan dan pembelian barang maupun jasa melalui jaringan elektronik seperti internet (Rahmania & Harini, 2022; Teresya et al., 2022). Salah satu *e-commerce* yang umum digunakan yaitu Shopee. Shopee merupakan situs belanja online yang memiliki fitur-fitur mumpuni guna menunjang aktivitas jual beli, selain itu *platform* Shopee memiliki fitur komunikasi antar pelanggan sehingga kegiatan menjadi jauh lebih efektif (Bintang & Aisyah, 2023).

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), merupakan wujud dari Tridharma PT), merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan potensi masyarakat. Kegiatan PKM ini akan dilaksanakan bagi UMKM Kelompok Tani di Desa Bonto Manai, sehingga diharapkan kegiatan ini mampu mendorong peningkatan hasil penjualan dan promosi produk tambak di Desa Bonto Manai. Dalam kegiatan ini, para petani tambak diharapkan mendapat wawasan pentingnya pemanfaatan *platform e-commerce* dalam meningkatkan penjualan dan promosi produk ke area yang lebih luas lagi. Berbagai fitur dapat digunakan oleh peserta antara lain, pembuatan akun, desain produk, desain toko dan masih banyak lagi. Para anggota UMKM Kelompok Tani Tambak kemudian mempraktekkan pembuatan media visual informasi dengan menggunakan laptop dan telepon pintar dengan dipandu oleh tim Dosen dan mahasiswa dari Universitas Negeri Makassar.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan didasarkan pada pengembangan kapasitas Masyarakat khususnya mitra sehingga terjadi perkembangan pengetahuan sekaligus pemahaman terkait *platform e-commerce* yang memiliki potensi membantu promosi produk mitra ke kapasitas yang lebih luas lagi. Pada kegiatan terdapat beberapa tahapan yang dilaksanakan, adapun tahapan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Tahapan kegiatan PKM

2.1 Identifikasi Mitra

Tim pengabdian melakukan survey area dan melakukan identifikasi mitra pada tahapan ini. Tim pengabdian mengunjungi beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan untuk mengetahui keadaan mitra dan kebutuhan apa yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan mitra utama kegiatan adalah Kelompok Tani Tambak di Desa Bonto Manai dimana beranggotakan 28 orang petani tambak yang rata-rata memiliki luas tambak lebih dari 2 Ha. Akan tetapi, mayoritas petani tambak masih tidak memiliki akses teknologi jual-beli *online* yang memadai akibat pengetahuan yang kurang.



Gambar 2. Desa Bonto Manai Kecamatan Labakkang Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan

2.2 Analisis Kebutuhan

Berdasarkan karakteristik mitra yaitu Kelompok Tani Tambak di Desa Bonto Manai terdapat beberapa kebutuhan yang perlu dipenuhi antara lain.

- Pengetahuan dasar tentang media sosial dan *e-commerce* yang minim
- Keterampilan membangun *brand* yang masih kurang
- Strategi pemasaran yang masih tradisional

Dari beberapa kebutuhan yang didapatkan tim pengabdian memutuskan untuk melaksanakan kegiatan PKM secara bertahap dengan kebutuhan mitra yang diangkat adalah pengetahuan dasar terkait pengelolaan *e-commerce* sebagai upaya digitalisasi bagi mitra.

2.3 Sosialisasi Pengetahuan

Pada kegiatan sosialisasi, dilakukan presentasi dan ceramah dari tim pengabdian menggunakan representasi visual melalui PPT terkait pengenalan dasar media sosial dan *e-commerce* serta potensi pemanfaatannya dalam meningkatkan penjualan hasil tambak dan olahan lainnya. Adapun materi yang disampaikan pada kegiatan ini antara lain:

- Pengenalan media sosial dan *e-commerce* dalam melakukan pemasaran secara digital bagi petani dan potensinya dalam jangka Panjang
- Pengenalan *platform e-commerce* Shopee sebagai sarana jual-beli hasil tambak maupun olahan lainnya
- Penjabaran contoh UMKM ataupun Kelompok Tani yang telah menerapkan digitalisasi dalam proses jual-belinya.



Gambar 3. Pemaparan materi terkait pengetahuan dasar media sosial dan platform *e-commerce*

2.4 Praktik Penggunaan Aplikasi *E-Commerce*

Pada tahapan kegiatan ini, mitra dan pengabdian melakukan praktik pembuatan akun aplikasi *e-commerce* yaitu Shopee. Mitra dibagi menjadi beberapa kelompok kecil dengan 1 tim pengabdian menjadi asisten kegiatan praktik. Mitra dibimbing untuk melakukan instalasi dan pembuatan akun *e-commerce* serta melakukan validasi akhir sampai akun tersebut siap untuk digunakan.

2.5 Evaluasi Kegiatan

Setelah segala tahapan kegiatan PKM telah terlaksana, untuk menentukan keberhasilan kegiatan dilakukan evaluasi keberhasilan dengan menyebarkan kuesioner maupun angket yang diisi oleh mitra maupun peserta yang hadir dalam kegiatan

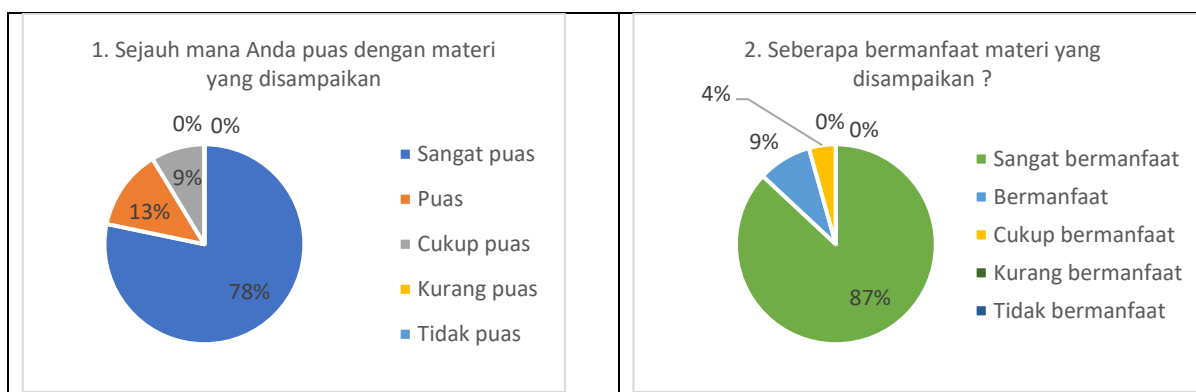
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

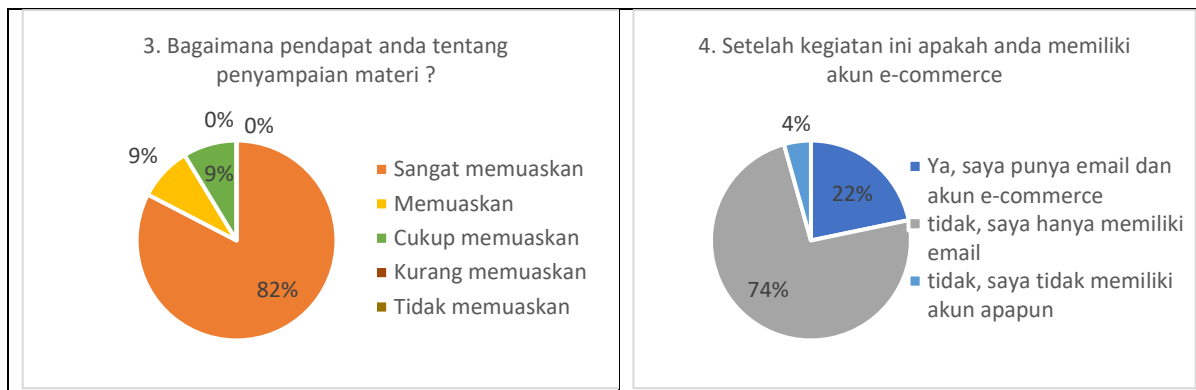
Dalam pelaksanaan kegiatan PKM, Kelompok Tani Tambak Desa Bonto Manai selaku mitra telah berpartisipasi secara aktif selama kegiatan berlangsung. Total peserta yang menghadiri kegiatan mencapai 23 orang dengan total akun *e-commerce* yang berhasil dibuat sebanyak 5 akun. Beberapa peserta mendapatkan pendampingan mulai dari pembuatan email akibat tidak ada akun email yang bisa didaftarkan untuk pembuatan akun *e-commerce* yang diinginkan.

Berdasarkan dari hasil kegiatan, ditemukan beberapa kendala selama kegiatan berlangsung, antara lain :

- Pengetahuan Teknologi Masyarakat yang Berbeda** : Beberapa peserta ditemui memiliki pemahaman teknologi yang beragam, tim pengabdian mendapatkan hampir 40% peserta dari mitra tidak memiliki dan memahami akun email sehingga tim perlu melakukan pendekatan lebih dalam untuk membantu peserta memahami dan membuat akun email hingga akun *e-commerce*.
- Keterbatasan Waktu** : Waktu kegiatan yang terbatas menyebabkan penyelesaian pembuatan akun yang tidak menyeluruh sehingga dari 23 orang peserta hanya 5 akun *e-commerce* yang berhasil dibuat.

Pada akhir kegiatan PKM tim melakukan evaluasi keberhasilan kegiatan terutama pemahaman dan pengetahuan terkait teknologi *e-commerce* dengan mengisi angket. Pengisian angket bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman dan keberhasilan kegiatan PKM dalam membantu mitra melakukan digitalisasi terutama dalam sarana jual – beli yang lebih luas. Dari hasil survey yang dilakukan diberikan pada grafik di bawah ini.





Gambar 4. Hasil rekap angkep evaluasi kegiatan PKM

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, didapatkan manfaat bagi mitra dalam menerapkan digitalisasi terkhusus pada kegiatan jual-beli hasil tambak maupun olahannya dalam skala yang lebih luas sehingga mampu membantu mitra untuk meningkatkan eksistensinya dalam penjualan berbasis online. Melalui kegiatan ini juga diharapkan mampu menjadi satu dari rangkaian kegiatan pengabdian yang dilaksanakan tim dalam meningkatkan digitalisasi area mitra dan memberikan keterampilan dalam membangun *brand*.

REFERENSI

- Amelinda, C., Werorilangi, S., Burhanuddin, A. I., & Tahir, A. (2021). Occurrence of microplastic particles in Milkfish (*Chanos chanos*) from brackishwater ponds in Bonto Manai Village, Pangkep Regency, South Sulawesi, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 763(1), 012058. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/763/1/012058>
- Asni, A., Kasmawati, K., & Hamsiah, H. (2022). PKM KELOMPOK PENGOLAH BANDENG PRESTO DI KABUPATEN PANGKEP. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KAUNIAH*, 1(1).
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). *Produksi Perikanan Menurut Subsektor (ribu ton)*. <https://www.bps.go.id/statistics-table/1/MTcxMSMx/Produksi-Perikanan-Menurut-Subsektor-Ribu-Ton-1999-2020-.html>.
- Bintang, R., & Aisyah, S. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Terhadap Produk Herbal Untuk Peningkatan Profit Pt. Penawar Legenda Maju. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9554–9562.
- Ernaningsih, E., Kasmawati, K., & Ilmiah, I. (2023). PKM PENGOLAHAN ABON TULANG IKAN BANDENG PADA KELOMPOK WANITA TAMBAK DI DESA TAMANGAPA KECAMATAN MA ' RANG KABUPATEN PANGKEP (PKM Processing Shredded Milkfish Bones in Pond Women's Group in Tamangapa Village, Ma'rang District, Pangkep Regency). *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KAUNIAH*, 1(2), 153–159.
- Food and Agriculture Organization of The United Nations. (2024). *Global Aquaculture Production 1950-2021*. <https://www.fao.org/fishery/en/fishstat>.
- Hidayati, W., Amalia, N. H., Irnawati, I., Fadilla, F., Ramadhan, F., & Hari, Y. (2023). Penguatan Strategi Marketing Industri Kreatif Masyarakat (Home Industry Olahan Ikan Bandeng) di UMKM Kamaseang Desa Bonto Manai Kecamatan Labakkang Kabupaten Pangkep. *Center of Knowledge: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 72–80.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2024). *Volume Produksi Perikanan Indonesia*. https://statistik.kkp.go.id/home.php?M=prod_ikan_prov&i=2#panel-Footer.
- Rahmania, M., & Harini, G. (2022). Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce dalam Upaya Menumbuhkan Minat Berwirausaha bagi Siswa-siswi SMK Negeri 10 Padang. *Tasnim Journal for Community Service*, 3(2), 36–41.
- Teresya, R., Nabiilah, R. R., & Tunnajah, S. (2022). Literature Review E-Commerce: Profitabilitas, tekanan eksternal dan kemudahan pengguna. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 474–484.