

**Prosiding Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis Ke-36
Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.
“Transformation of Research and Innovation Oriented Toward Future Techno-Agro-
Maritime Practices”
Makassar, 15 Oktober 2024**

**Pelatihan Penerapan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Perikanan Di Kabupaten
Pangkep**

***Training on the Implementation of Digital Marketing for Fishery MSME Actors in
Pangkep Regency***

Wahyuni Zam¹, Nur Alam Kasim^{2*}, Megawati³, Rasda⁴

¹⁻⁴Program Studi Agribisnis Perikanan, Jurusan Bisnis, Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

*Korespondensi: nuralamkasim44@gmail.com

Abstrak

Sulawesi Selatan merupakan salah satu daerah di Indonesia sebagai penghasil produk sektor perikanan terbesar di Indonesia. Salah satu sentra produksi hasil perikanan di Sulawesi Selatan yaitu kabupaten Pangkep. Hal ini berdampak pada banyaknya usaha kecil, menengah koperasi (UMKM) sektor perikanan di Kabupaten Pangkep yang cukup memadai untuk dikembangkan. Pengembangan UMKM sektor perikanan tersebut melalui Digital marketing. Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merek maupun produk menggunakan media digital. Tujuan dari kegiatan pengabdian yaitu agar UMKM bisa beradaptasi dan bisa mengkolaborasikan media promosi dan media pemasaran berbasis digital agar UMKM sektor perikanan bisa berkembang. Metode yang dilakukan adalah demonstrasi dan peragaan, melalui pelatihan, praktek dan pendampingan mengenai peningkatan keterampilan masyarakat dalam pemanfaatan digital marketing serta cara memasarkan produk perikanan melalui media online. Masyarakat Desa Pitue mengikuti kegiatan pengabdian dengan antusias dan aktif dan peserta pelatihan ikut mempraktekkan cara memasarkan produk perikanan secara digital. Kegiatan pelatihan bersifat dua arah, sehingga peserta dapat melakukan diskusi jika ada permasalahan dalam melakukan kegiatan tersebut. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan akan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pemasaran hasil perikanan secara online, dapat menumbuhkembangkan UMKM sektor perikanan di masyarakat, dan dapat dijadikan sebagai bagian dari pemasaran utama terkait SEO, Google Bisnisku, WhatsApp Business, Design Grafis dengan Canvas, Facebook Ads dan Instagram Ads sehingga dapat meningkatkan akselerasi dan pengembangan UMKM sektor perikanan di kabupaten Pangkep.

Kata Kunci: pemasaran, pemasaran digital, online

Abstract

South Sulawesi is one of the regions in Indonesia as the largest producer of fishery sector products in Indonesia. One of the production centers of fishery products in South Sulawesi is Pangkep district. This has an impact on the number of small and medium cooperative enterprises (MSMEs) in the fisheries sector in Pangkep Regency which are quite adequate to be developed. The development of MSMEs in the fisheries sector is through digital marketing. Digital marketing is a marketing or promotion activity of a brand or product using digital media. The purpose of the service activity is so that MSMEs can adapt and can collaborate with promotional media and digital-based marketing media so that MSMEs in the fisheries sector can develop. The methods carried out are demonstrations and demonstrations, through training, practice and assistance regarding improving community skills in the use of digital marketing and how to market fishery products through online media. The people of Pitue Village participated in the service activities enthusiastically and actively and the training participants participated in practicing how to market fishery products digitally. The

training activity is two-way, so participants can have discussions if there are problems in carrying out these activities. Community Service activities are expected to increase community knowledge and skills in online marketing of fishery products, can grow MSMEs in the fisheries sector in the community, and can be used as part of the main marketing related to SEO, Google My Business, WhatsApp Business, Graphic Design with Canvas, Facebook Ads and Instagram Ads so that it can increase the acceleration and development of MSMEs in the fisheries sector in Pangkep regency

Keywords: marketing, digital marketing, online

PENDAHULUAN

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99 % dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023, pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp. 9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja (Bapenas, 2023).

Kabupaten Pangkajene Kepulauan memiliki 56.524 UMKM berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pangkep tahun 2023 dan UMKM yang bergerak di sektor perikanan diantaranya usaha budidaya ikan Bandeng/Undang Vanamee, olahan bandeng, kerupuk ikan dan olahan rumput laut (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pangkep, 2019).

Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap stakeholders terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memang menjadi salah satu mesin perekonomian di Indonesia. Namun, sebagian besar UMKM masih belum memanfaatkan kecanggihan teknologi. Upaya untuk menyebarkan informasi mengenai produk yang dijual masih terbatas.

Oleh karena itu, perlu adanya dorongan peningkatan kinerja UMKM melalui strategi penerapan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, menjadi pemain global dan berorientasi ekspor. Para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diharapkan bisa memasuki ekosistem digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat khususnya kepada masyarakat yang memiliki usaha di sektor perikanan yaitu usaha budidaya udang vaname dan ikan bandeng, usaha kerupuk ikan serta usaha olahan rumput laut terkait manfaat dan dampak penggunaan teknologi digital marketing sebagai teknologi tepat guna untuk efisiensi dan efektivitas pengelolaan pemasaran secara digital pada usaha yang dikelola.

METODE KEGIATAN

Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilaksanakan pada bulan Agustus tahun 2024 di desa Pitue, kecamatan Ma'rang, kabupaten Pangkep

Kelompok Sasaran/Mitra

Kelompok sasaran adalah masyarakat yang bermukim di sekitar pesisir desa Pitue yang memiliki usaha/pengelola UMKM sektor perikanan sebagai usaha utama. Sasaran utama adalah masyarakat yang mengelola usaha perikanan seperti budidaya udang vaname, olahan

bandeng, kerupuk ikan dan olahan rumput laut. Peserta yang dilibatkan dalam kegiatan ini sebanyak 30 (tiga puluh) orang yang terdiri dari 2 (dua) kelompok usaha UMKM sektor perikanan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dalam bentuk Pelatihan Penerapan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Perikanan Di Kabupaten Pangkep. Digital marketing merupakan proses pemasaran maupun promosi suatu brand, produk, maupun jasa yang dilakukan melalui media digital dan membutuhkan jaringan internet dalam kegiatannya. Digital marketing merupakan salah satu teknologi alternatif yang memungkinkan UMKM/perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih luas secara global. Dengan menggunakan berbagai platform online, UMKM/perusahaan dapat menjangkau pelanggan potensial di berbagai lokasi geografis.. Secara garis besar, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu: tahap survey, dan tahap pelaksanaan/pelatihan dan implementasi pemanfaatan teknologi digital marketing:

- Tahap Survei

Melakukan survey lapangan dengan datang langsung ke lokasi pengabdian untuk diskusi dan wawancara bersama perangkat desa Pitue dan para ibu-ibu/pengelola UMKM perikanan untuk menentukan tempat kegiatan dan mengidentifikasi kebutuhan UMKM dan masyarakat.

- Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan mengenai teknologi yang dapat digunakan/dipakai untuk Pelatihan Digital Marketing merupakan program kerja unggulan dari **digital marketing** memiliki banyak metode dan teknik, seperti *search engine optimization (SEO)*, *pay-per-click advertising (PPC)*, *social media marketing*, *email marketing*, *content marketing*, dan lainnya. Dengan menggunakan data dan analitik, **digital marketing** memungkinkan marketer untuk menentukan strategi penjualan paling tepat untuk mencapai hasil terbaik. yang berfokus pada pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan jalur digital guna meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang telah beroperasi di pasar global. Mereka mempelajari teknik-teknik promosi online seperti penggunaan media sosial, email marketing, dan iklan digital untuk meningkatkan *awareness* dan partisipasi Masyarakat.

- Analisis Data

Evaluasi dilakukan terhadap mitra kegiatan yang menjadi khalayak sasaran dan seluruh rangkaian kegiatan, mulai survei sampai pada tahap sosialisasi/pelaksanaan. Indikator dan tolak ukur keberhasilan adalah dengan mengetahui peningkatan pengetahuan dan motivasi dari khalayak sasaran. Kriteria keberhasilan apabila $\geq 60\%$ khalayak sasaran memiliki pengetahuan dan motivasi untuk menerima teknologi digital marketing pada usaha perikanan yang dikelolanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan cara tatap muka langsung berupa pelatihan terkait teknologi digital marketing untuk akses pemasaran usaha perikanan yang dikelola masyarakat. Materi pelatihan meliputi:

1. Search Engine Optimization (SEO)

SEO atau **Search Engine Optimization** adalah proses optimasi website dan konten agar mudah ditemukan oleh mesin pencari seperti Google, Bing, Yahoo, dan lainnya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan peringkat website pada halaman hasil pencarian mesin pencari (SERP) dan membuat website lebih mudah ditemukan oleh audiens yang mencari informasi atau produk tertentu.

Melalui proses optimasi yang tepat, seperti menambahkan kata kunci relevan, membuat konten berkualitas, dan meningkatkan **user experience**, website akan lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari dan memiliki peringkat yang lebih baik. Ini akan membantu website untuk menarik lebih banyak **traffic** dan membantu dalam meningkatkan **brand awareness** serta penjualan.

2. Pay-Per-Click Advertising (PPC)

PPC atau **Pay-Per-Click Advertising** adalah model iklan digital dimana pemilik iklan membayar setiap kali iklan tersebut diklik oleh pengguna. Model ini biasanya digunakan pada platform mesin pencari seperti Google AdWords atau platform media sosial seperti Facebook Ads.

PPC memberikan fleksibilitas bagi pemilik iklan untuk menentukan target audiens, lokasi geografis, dan kata kunci yang ingin ditargetkan. Ini memungkinkan pemilik iklan untuk memfokuskan iklan mereka pada audiens yang paling memungkinkan untuk mengklik dan mengubah iklan menjadi pelanggan potensial.

Dengan model PPC, pemilik iklan hanya membayar setelah iklan mereka diklik, sehingga mereka dapat memastikan bahwa setiap pengeluaran untuk iklan akan memberikan hasil yang maksimal. Ini membuat PPC menjadi salah satu metode Digital Marketing yang efektif dan efisien bagi perusahaan yang ingin meningkatkan visibilitas online dan menjangkau audiens yang lebih luas.

3. Social Media Marketing

Social Media Marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan lainnya untuk menjangkau audiens dan mempromosikan produk atau layanan.

Melalui **Social Media Marketing**, perusahaan dapat membuat konten yang menarik dan berkualitas untuk membangun hubungan dengan audiens dan mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan.

Teknik ini memungkinkan perusahaan untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran dan mengoptimalkan hasil dengan menentukan target audiens dan memonitor tindakan audiens.

4. Email Marketing

Email Marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan email untuk mengirimkan pesan promosi atau informasi kepada audiens. Ini memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens dengan cara yang personal dan membangun hubungan yang lebih dalam dengan pelanggan potensial.

Dengan menggunakan email sebagai platform, perusahaan dapat mengirimkan pesan khusus yang dapat dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan audiens. Ini membantu perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih dalam dengan audiens dan memastikan

bahwa produk yang ditawarkan tetap terlihat dan diingat.

5. Content Marketing

Content Marketing adalah strategi pemasaran yang menekankan pada pembuatan dan berbagi konten berkualitas untuk membangun hubungan dengan audiens untuk mempromosikan produk atau layanan. Konten tersebut dapat berupa blog post, video, podcast, infografis, dan lainnya.

Dengan menyediakan konten berkualitas dan berguna bagi pelanggan, perusahaan dapat membangun *brand awareness*, mengetahui minat, dan membantu pelanggan memahami produk atau layanan dengan lebih baik.

Materi pelatihan **digital marketing** ini disajikan dengan cara, seperti presentasi, diskusi kelompok, latihan praktik, dan lainnya. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman tentang bagaimana mengukur efektivitas **campaign** pemasaran dan mengoptimalkannya agar mencapai hasil yang lebih baik. Tidak kalah pentingnya adalah kemampuan untuk menghasilkan konten berkualitas yang dapat menarik perhatian audiens dan membangun brand awareness. Ini melibatkan pemahaman yang baik tentang strategi konten, SEO, dan media sosial.

Terakhir, adalah penting untuk mengembangkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan pemasaran dan berinovasi untuk mempertahankan daya saing di pasar. Dalam dunia marketing yang cepat berubah, kemampuan untuk beradaptasi dan inovasi adalah kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan pemasaran.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang terselenggara di desa Pitue, Kecamatan Marang, Kabupaten Pangkep dihadiri oleh para kelompok usaha pembudidaya udang vaname, ikan bandeng, usaha olahan bandeng, krupuk ikan dan olahan rumput laut dari kalangan bapak-bapak, ibu-ibu maupun dari remaja putra dan putri.

Kegiatan pengabdian masyarakat terlaksana dengan baik dan lancar. Pengetahuan dan pemanfaatan teknologi digital marketing tersebut diharapkan dapat mengefektifkan pengelolaan usaha/UMKM masyarakat di desa Pitue sehingga akses pemasaran, hasil penjualan produksi semakin meningkat dan *brand image* usaha semakin dikenal masyarakat yang akan berpengaruh pada tingkat pendapatan UMKM meningkat dan memiliki daya saing.

Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui diskusi dan tanya jawab kepada peserta kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar (80%) peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman dalam rencana penerapan teknologi digital marketing pada usaha yang digelutinya. Dimana sebelum dilakukan kegiatan pelatihan ini kelompok usaha masyarakat di desa Pitue umumnya belum mengetahui tentang teknologi digital marketing ini. Dengan demikian, materi pelatihan yang diberikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat diimplementasikan oleh kelompok sasaran sehingga akses pemasaran semakin luas dan peningkatan penjualan hasil produksi usaha semakin tinggi dan pendapatan usaha semakin meningkat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat yang memiliki usaha (UMKM) sektor perikanan terkait manfaat dan dampak teknologi digital marketing untuk perluasan akses, jaringan pemasaran secara digital serta pengembangan UMKM agar dapat berdaya saing di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih diucapkan kepada Direktur Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan dan Ketua PPPM beserta jajarannya yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini melalui pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat PNBPN Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan Tahun Anggaran 2023 dengan nomor kontrak: 123/PL.22.7.1/SP-PG/2024.

REFERENSI

- Alfizar, H., Agus Naufal, dan Teuku Ridwan, 2021. Kelayakan Usaha dan Produktivitas Budidaya Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) Tambak Intensif Farm Mahyuddin Desa Deah Raya Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh. *Jurnal Tilapia*, 2(2), 47-56. <http://jurnal.abulyatama.ac.id/tilapia>. Universitas Abulyatama, Aceh.
- Bapenas, 2023. Laporan Kinerja Koperasi dan UMKM di Indonesia, Jakarta
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pangkep, 2019. Laporan Tahunan Koperasi dan UMKM Kabupaten Pangkajene Kepulauan.
- Dedy Purwana ES, Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* E-ISSN: 2580-4332 Vol. 1 No. 1 Juli 2017
- Natalia, Anggie Priscillia, Kristi Airin Sangari dan Stella Octaviana. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Di Era Covid 19 Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, ISSN: 2541-0849. Vol 6No.8
- Raga, Hendryan Edwinto, Anak Agung Putu dan Ni Putu Nita Anggraini. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Jurnal Values*. ISSN: 2721-6810. Vol.2No.2
- Rahmadhanty, Alya dan Dr. Helni Mutiarsih Jumbur, S.H, M.H. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Album Musik Korean Pop. *e- Proceeding of Management*. ISSN: 2355-9357. Vol 7 No.6



Diterbitkan oleh
Lutjanus Publisher
Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan
Sulawesi Selatan

ISBN 978-623-96172-3-3 (EPUB)

