

Pelatihan Penggunaan Marketplace “Pasariwak.com” Untuk Peningkatan Pemasaran Online Bagi Petani Ikan Air Tawar Pada Kabupaten Kendal.

Edi Sugiarto¹, Fikri Budiman², Asih Rohmani³, Novi Hendriyanto⁴, Amiq Fahmi⁵, Edy Mulyanto⁶

^{1,2,4,6}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

^{3,5}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

Artikel Info

Kata kunci:

Ikan air tawar
Marketplace
Website
Pemasaran online

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara produsen ikan dan juga konsumen produk perikanan dunia. Dengan jumlah penduduk yang besar tentunya Indonesia menjadi pasar yang potensial. Ikan lele sebagai komoditas unggulan tentunya perlu diperhatikan. Berkaitan dengan aspek pemasaran marketplace dapat menjadi solusi dalam hal pemasaran dimana jumlah pengguna Internet yang semakin meningkat. Platform marketplace untuk produk ikan air tawar ini telah dikembangkan dan telah dipublikasikan pada <http://www.pasariwak.com>, pada platform tersebut petani ikan dapat memasarkan berbagai produk ikan mulai ikan air tawar, bibit ikan, hingga pakan ikan. Maka dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan pelatihan dalam penggunaan marketplace tersebut untuk meningkatkan keterampilan petani ikan dalam penggunaan teknologi dan juga untuk tahap implementasi marketplace ikan air tawar tersebut. Tahapan kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam 3 tahapan yaitu : persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pelatihan dilakukan dengan melibatkan DKP kabupaten Kendal dan petani ikan kabupaten Kendal dengan jumlah 60 peserta pelatihan. Adapun hasil dari kegiatan pelatihan tersebut yaitu semakin meningkatnya keterampilan petani ikan terhadap penggunaan teknologi, meningkatnya pemahaman mengenai pemasaran menggunakan marketplace secara online, serta terujinya marketplace ikan air tawar “pasariwak.com” dalam pengujian pada laboratorium terhadap kondisi yang sebenarnya.

Author Korespondensi :

Edi Sugiarto
Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Dian Nuswantoro, (Semarang) (50131)
Email: edi.sugiarto@dsn.dinus.ac.id

1. PENDAHULUAN

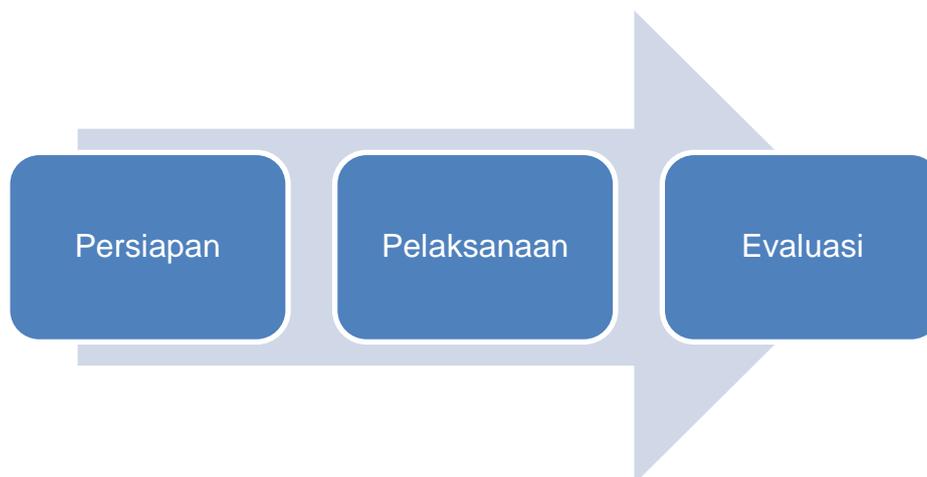
Indonesia merupakan negara produsen ikan dan sekaligus konsumen produk perikanan dunia dimana sebagai konsumen, Indonesia ini memiliki jumlah penduduk lebih dari 240 juta jiwa yang tentunya merupakan pasar potensial bagi berbagai produk dunia termasuk produk perikanan [1]. Peningkatan produksi perikanan sebagaimana tertuang dalam 4 (empat) strategi KKP menjadikan perikanan budidaya menjadi salah satu ujung tombak dalam pelaksanaan program industrialisasi dengan berpegang pada penerapan Cara Budidaya Ikan yang Baik (CBIB) dimana fokus peningkatan produksinya dilakukan pada 4 (empat) komoditas unggulan yaitu : udang, rumput laut, patin, dan bandeng. Lele meskipun tidak dalam empat komoditas unggulan namun potensi lele yang saat ini mampu menembus konsumen kelas menengah ke atas, sehingga lele pun sekarang menjadi komoditas perikanan yang perlu dipacu produksinya [2][3]. Perkembangan produksi ikan lele di Indonesia meningkat pesat selama 2006 hingga 2010 dengan kenaikan rata-rata setiap tahun sebesar 36% dengan jumlah produksi sebanyak 242.811 ton di tahun 2010, kemudian sejak tahun 2018 hingga 2021 terus mengalami peningkatan, pada tahun 2021 jumlah produksi ikan lele di Indonesia mencapai 1.06 juta ton, sehingga saat ini lele menjadi salah satu komoditas unggulan [4].

Sebagai komoditas unggulan tentunya produk perikanan ikan lele ini perlu diperhatikan dalam aspek pemasaran, dengan kondisi komoditas yang mudah rusak pemasaran ikan lele ini harus mendapatkan perhatian yang serius, Panjang pendeknya saluran pemasaran akan menentukan kualitas lele sehingga akan berpengaruh terhadap besar kecilnya biaya, keuntungan, margin pemasaran serta efisiensinya [1]. Selain pemasaran permasalahan yang muncul pada bisnis budidaya ikan meliputi sulitnya mendapat bibit yang sesuai, harga pakan yang tinggi tidak sebanding dengan harga ikan hasil panen, tidak ada patokan harga jual ikan, tidak adanya bursa khusus untuk menampung hasil panen ikan yang melimpah, dan kurangnya pengetahuan mengenai tebar benih bagi pembudidaya pemula. Marketplace dapat menjadi solusi dalam hal pemasaran dimana jumlah pengguna Internet yang semakin meningkat. Hasil riset menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada 2016 mencapai 132.7 juta jiwa dan semakin berkembang hingga di awal tahun 2022 sebanyak 204.7 juta jiwa, sehingga dalam hal ini potensi pemasaran digital sangat besar [5][6]. Sehingga untuk mengatasi permasalahan tersebut telah dilakukan terobosan-terobosan baik aktifitas lapangan maupun secara teknologi. Untuk mengatasi persoalan bibit telah dilakukan pembentukan sentra bibit baru pada 2 titik lokasi di wilayah Kendal, hal ini untuk mempermudah pasokan bibit yang sesuai untuk para pembudidaya di wilayah kota Kendal. Kemudian terkait dengan harga pakan dan pemasaran maka perlu dikembangkan satu platform marketplace ikan air tawar berbasis website dan mobile,

Marketplace merupakan platform yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli secara online dan menggunakan aplikasi berbasis website. Penjual dan pembeli didalam marketplace dapat berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu [7][8][9]. Platform marketplace untuk produk ikan air tawar ini pada penelitian sebelumnya telah dikembangkan dan telah dipublikasikan pada <http://www.pasariwak.com>, pada platform tersebut petani ikan dapat memasarkan berbagai produk ikan mulai ikan air tawar, bibit ikan, hingga pakan ikan. Disamping itu platform marketplace telah dilengkapi hingga fitur pemesanan, pengiriman, dan pembayaran. Namun produk marketplace ini perlu diuji dan diimpelentasikan kepada pengguna terutama pada para petani ikan air tawar. Sehingga dalam kegiatan ini bertujuan untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan marketplace “pasariwak.com” untuk meningkatkan keterampilan bagi para petani ikan dalam menggunakan teknologi untuk meningkatkan pemasaran.

2. METODE

Kegiatan pelatihan untuk peningkatan keterampilan penggunaan marketplace pasariwak.com ini dilakukan dengan melibatkan tiga unsur yaitu : akademisi, pemerintah, dan pelaku bisnis. Akademisi yang terlibat terdiri dari tim pengabdian dari Universitas Dian Nuswantoro, dari pemerintah melibatkan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Kendal, sedangkan dari unsur pelaku bisnis melibatkan para pembudidaya ikan air tawar pada Kabupaten Kendal. Adapun tahapan yang dilakukan digambarkan dalam diagram berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

2.1 Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan dalam kegiatan pelatihan ini meliputi:

1. Melakukan koordinasi dengan DKP kabupaten Kendal terkait dengan persiapan pelatihan. Koordinasi dilakukan terkait dengan waktu dan tempat pelaksanaan, jumlah peserta, serta rundown acara.
2. Tim melakukan demonstrasi marketplace yang akan digunakan kepada DKP kabupaten Kendal

3. Tim membuat detail materi pelatihan
4. DKP Kendal mempersiapkan undangan untuk peserta.
5. Mempersiapkan sarana dan prasarana (Lab Komputer, Laptop, Xbanner, Merchandise, dll)

2.2 Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap pelaksanaan pelatihan. Metode pelatihan yang dilakukan yaitu dengan pelatihan secara offline di lab komputer Universitas Dian Nuswantoro. Tahapan yang dilakukan antarlain:

1. Pembukaan
2. Pemaparan materi tentang marketplace pasariwak.com
3. Praktik penggunaan marketplace pasariwak.com
4. Diskusi dan tanya jawab.

2.3 Evaluasi

Tahap evaluasi ini adalah tahap untuk memastikan bahwa para peserta telah dapat menggunakan marketplace, melakukan registrasi, melakukan login ke sistem, menambah dan mengelola produk, melakukan transaksi seperti menerima order, dan melakukan pengiriman, serta melihat pembayaran serta Riwayat transaksi. Selanjutnya tim pengabdian melakukan monitoring proses praktikum tersebut dan memastikan data telah terinput pada marketplace.

3. PEMBAHASAN HASIL

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada 13 desember 2022 di lab komputer Universitas Dian Nuswantoro dengan melibatkan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Kendal dan petani ikan di lingkungan Kabupaten Kendal. Adapun rangkaian kegiatan dijelaskan sbb:

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Pukul 08.00-14.00	Pelaksana
13 Desember 2022			
1	Pembukaan	08.00-08.15	Ketua Tim Pengabdian
2	Sambutan Kepala Dinas	08.15-08.30	DKP Kendal
3	Materi Marketplace Pasariwak.com	08.30-09.30	Tim Pengabdian
4	Praktik Penggunaan Marketplace	09.30-12.00	Tim Pengabdian dan Peserta
5	Ishoma	12.00-13.00	
6	Diskusi dan Tanya Jawab	13.00-14.00	Tim Pengabdian dan Peserta

3.2 Peserta

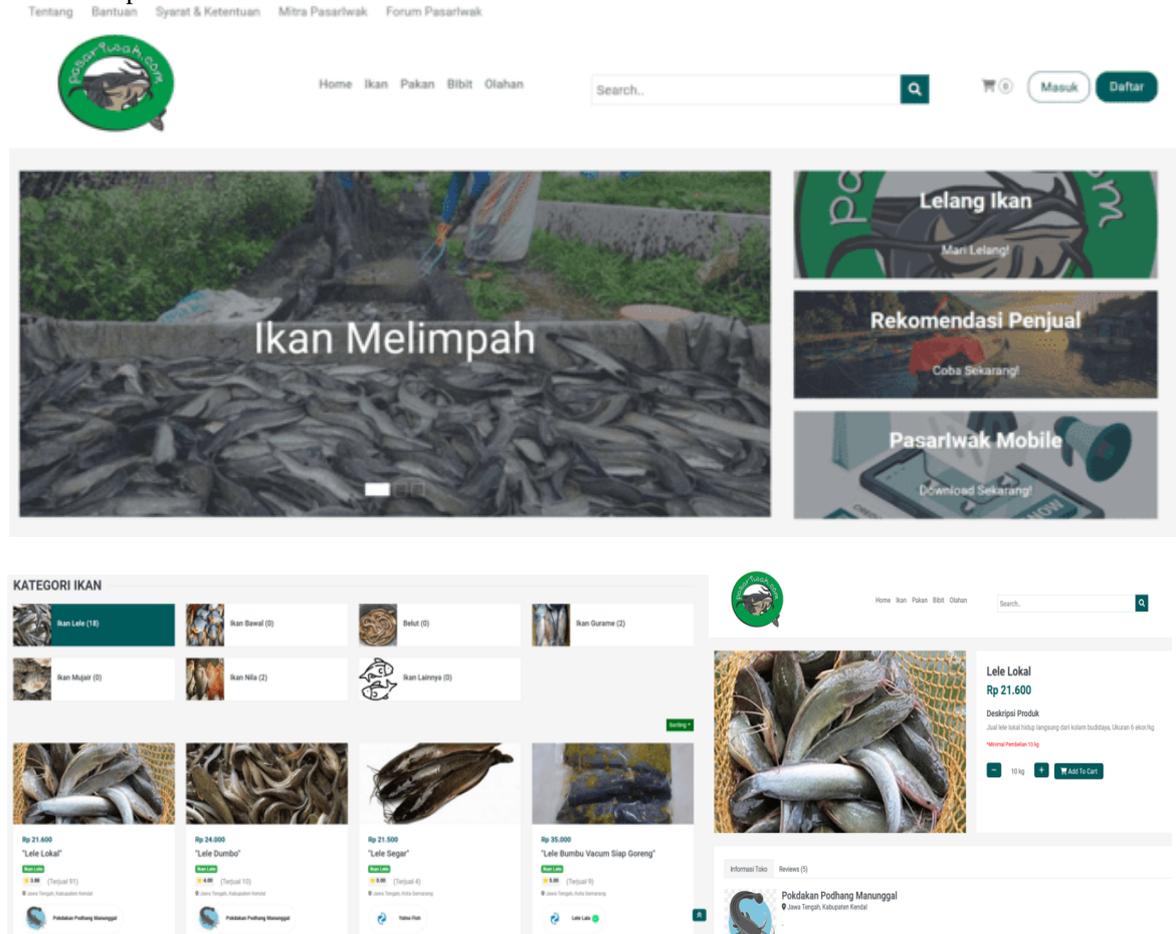
Peserta kegiatan pelatihan ini diikuti oleh tim dari DKP Kendal dan petani ikan se kabupaten Kendal dengan jumlah peserta sebanyak 60 peserta yaitu terdiri dari 5 peserta dari DKP Kendal dan 55 peserta dari petani ikan air tawar.

3.3 Tempat dan Sarana Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan di Lab Komputer Universitas Dian Nuswantoro dengan sarana dan prasarana sebagai berikut:

- a. LCD Proyektor
- b. Komputer untuk peserta
- c. Akses Internet

3.4 Marketplace Pasariwak.com



Gambar 1. Marketplace Pasariwak.com

3.5 Materi Pelatihan

Selanjutnya penjual ikan, penjual pakan, dan penjual bibit dapat bergabung ke marketplace dengan memilih menu **mitra pasariwak**

Atau jika anda akses web tersebut dengan HP maka anda pilih menu akun → Gabung Mitra

Nomer Satu Di Indonesia

Pendahuluan

- ▶ Marketplace ikan air tawar ini merupakan platform yang menjadi perantara antara penjual ikan air tawar dan pembeli di internet
- ▶ Pada marketplace ini penjual ikan, penjual bibit, penjual pakan dapat bergabung dan menambahkan produk agar supaya produk dapat dikenal dan dapat diperjual belikan secara online kepada masyarakat.

#	Produk	Jumlah Beli	Jumlah Beli	Harga satuan	Sub Total	Diskon	Total	Status	Aksi	Rating
1	Ikan Lela Lokal	5 kg	5 kg	Rp 23.000	Rp 115.000	Rp 0,000	Rp 115.000	Barang Baru	Detail	5.0

Lihat Kembali detail order anda, kemudian cek pada ongkos kirim apakah telah sesuai atau tidak.

Disistem ini untuk pembayaran dapat langsung anda transfer ke penjual, atau COD ketika produk telah dikirimkan.

Gambar 2. Materi Pelatihan

3.6 Foto Kegiatan



Gambar 3. Koordinasi dengan DKP Kendal



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan

Setelah kegiatan selesai tim selanjutnya melakukan evaluasi mengenai rangkaian aktifitas yang telah dilakukan, mengevaluasi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peserta, serta melakukan evaluasi mengenai penerapan marketplace dengan melakukan analisis data yang terinput seperti data produk, data transaksi, dll.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan melibatkan 60 peserta yang terdiri dari 5 peserta dari DKP kabupaten Kendal dan 55 peserta dari petani ikan air tawar. Kegiatan dilaksanakan pada lab komputer fakultas ilmu komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Dari hasil kegiatan ini disimpulkan bahwa para petani ikan di kabupaten Kendal Sebagian besar telah memahami penggunaan teknologi dan mampu menggunakan marketplace ikan air tawar ini. Hal ini ditunjukkan dengan terkumpulnya produk-produk ikan air tawar pada marketplace sebanyak 48 produk setelah selesai kegiatan, 48 produk tersebut terdiri dari produk ikan air tawar sebanyak 22, produk pakan ikan sebanyak 6, dan produk bibit ikan sebanyak 20. Sehingga dalam kegiatan pelatihan ini keterampilan petani ikan dalam penggunaan teknologi menjadi lebih baik, pemahaman mengenai pemasaran menggunakan marketplace secara online semakin meningkat. Serta aplikasi marketplace ikan air tawar "pasariwak.com" tersebut telah diuji coba dan dapat digunakan dengan baik.

REFERENCES

- [1] Riesti Triyanti, "Kajian Pemasaran Ikan Lele (*Clarias Sp*) Dalam Mendukung Industri Perikanan Budidaya ", *J.Sosek KP Vol.7 No.2*, 2012.
- [2] <https://jatengprov.go.id/publik/produksi-perikanan-budidaya-jateng-capai-510-ribu-ton-lebih/>, diakses pada 18/11/2022
- [3] <https://jateng.bps.go.id/statictable/2021/04/12/2366/produksi-dan-nilai-produksi-perikanan-budidaya-menurut-kabupaten-kota-dan-komoditas-utama-di-provinsi-jawa-tengah-2019.html>, diakses pada 18/11/2022
- [4] <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/produksi-lele-di-indonesia-sebanyak-106-juta-ton-pada-2021>, diakses pada 18/11/2022.
- [5] Rini Yustiani, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi", *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, Vol. 6, No. 2, ISSN: 2089-9033, 2017.
- [6] Oryz Agnu Dian Wulandari, "Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk UMKM di Purbalingga", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Volume 6 Nomor 2 (November 2020) 96-101, 2020.
- [7] Fikri Budiman, "Inovasi Pengembangan Startup (Studi Kasus : pasariwak.com)", Penerbit Detak Pustaka, 2022.
- [8] Dyah Ochtorina Susanti, "The Electronic Market (Marketplace) on Electronic Trade (E-Commerce) in Indonesia ", *Jurnal Notariil*, Vol. 7, No. 1, May 2022, 24-31, E-ISSN:2615 – 1545, 2022.
- [9] Evi Rosalina Widyayanti, "Pengaruh Marketplace Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UKM (Studi Pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta)", *Jurnal Optimum*, Vol. 09, No 01, Maret 2019.