

Pelatihan Pemasaran Digital Tokopedia Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Kelompok Binaan Dinas Perikanan Cilacap

Tokopedia Digital Marketing Training in Efforts to Increase Sales of Groups Assisted by the Cilacap Fisheries Service

Nuni Wulansari ¹⁾, Indra Rachmawati ²⁾, Laeli Farkhah ³⁾, Adisa Refinatania Putri ⁴⁾, Kuwera Dewi Shinta ⁵⁾, Wilda Adelia Salsabila ⁶⁾, Finda Nurlasih ⁷⁾, Khansa Intah Fauziah ⁸⁾

1Prodi Bisnis Digital, 2Prodi Kewirausahaan, 3Prodi Keperawatan, Universitas Al-irsyad Cilacap, Indonesia

wulansarinuni@gmail.com, indraarkesh999@gmail.com, laeli@universitalirsyad.ac.id

Article History:

Received: Maret 31, 2024

Accepted: April 05, 2024

Published: April 30, 2024

Keywords: Digital Marketing, Tokopedia, Cilacap Regency Fisheries Service...

Abstract: *The level of success of collaboration can be achieved when the collaboration involves people with diverse experiences, multi-disciplinary knowledge, different cultures, education and backgrounds. Various parties will present different thoughts and contributions, so that the problem will be handled from various angles in a comprehensive manner. The problem in Cilacap Regency, with the majority of coastal communities working as fishermen and fish processors, is that sales are stagnant because they only rely on traditional marketing, by selling fresh fish at TPI Padanarang or processing fish into crackers, salted fish, handicrafts that are sold directly at around TPI Padanarang. The aim of this PkM is providing digital marketing training through Tokopedia as an effort to increase sales of groups supported by the Cilacap Fisheries Service. The method chosen was qualitative with the number of respondents being 10 residents representing groups supported by the Cilacap Fisheries Service. The results of the PkM which was at TPI Padanarang - Teluk Penyus Area, South Cilacap District, Cilacap Regency were the creation of 10 Business Identification Numbers (NIB) and 10 online shop accounts on Tokopedia for 10 people representatives of groups supported by the Cilacap Regency Fisheries Service. Conclusions from field observations, apart from marketing training, it turns out that the community needs a lot of assistance when processing permits such as PIRT, halal certificates, promotional training, packaging design, hygiene and sanitation training, health safety food. The Cilacap District Fisheries Service can collaborate with several companies/agencies to get assistance with equipment grants, training from Corporate Social Responsibility (CSR) funds.*

Abstrak: Ketika kolaborasi melibatkan orang-orang dengan beragam pengalaman, multi disiplin ilmu, budaya, pendidikan dan latar belakang yang berlainan ini tingkat keberhasilan kolaborasi dapat diraih. Berbagai pihak akan menghadirkan pemikiran serta kontribusi yang berbeda, sehingga persoalan akan ditangani dari berbagai segi secara komprehensif. Permasalahan di Kabupaten Cilacap, dengan mayoritas masyarakat pesisir pantai yang berprofesi sebagai nelayan dan pengolah ikan adalah penjualan yang stagnan karena hanya mengandalkan pemasaran tradisional (Asharryadi Noegroho et al., 2024), dengan cara menjual ikan segar di TPI Padanarang atau mengolah ikan menjadi kerupuk, ikan asin, kerajinan tangan yang dijual langsung di sekitar TPI Padanarang. Tujuan dari PkM ini adalah memberikan pelatihan pemasaran digital melalui Tokopedia dalam upaya peningkatan penjualan kelompok binaan Dinas Perikanan Cilacap. Metode yang dipilih adalah qualitative dengan jumlah responden 10 warga perwakilan dari kelompok binaan Dinas Perikanan Cilacap. Hasil dari PkM di Area TPI Padanarang – Teluk Penyus Kecamatan Cilacap Selatan, Kabupaten Cilacap adalah pembuatan 10 Nomor Induk Berusaha (NIB) dan 10 akun toko online di Tokopedia bagi 10 orang perwakilan kelompok binaan

Dinas Perikanan Kabupaten Cilacap. Kesimpulan hasil pengamatan lapangan, selain pelatihan pemasaran pemasaran, masyarakat membutuhkan banyak pendampingan saat memproses perijinan seperti PIRT, sertifikat halal, pelatihan promosi, desain kemasan, pelatihan higienitas dan sanitasi keamanan kesehatan pangan. Dinas Perikanan Kab Cilacap dapat menggandeng beberapa perusahaan/ instansi agar bisa mendapatkan bantuan hibah alat, pelatihan maupun dana Corporate Sosial Responsibility (CSR).

Kata kunci: Pemasaran Digital, Tokopedia, Dinas Perikanan Cilacap..

1. PENDAHULUAN

Indonesia dari jaman dahulu dikenal sebagai negara maritim ini dikarenakan wilayah laut serta perairannya lebih luas daripada wilayah daratannya. Menurut Sumber Belajar Kementerian Pendidikan Kemdikbud, Indonesia terdiri dari 17.508 pulau dengan luas lautan sekitar 3.273.810 km² dan luas daratan 1.919.440 km². Secara keseluruhan, luas Indonesia mencapai 5.193.250 km². Sumber daya di negara maritim sangat melimpah, termasuk energi dan mineral. Sebagai negara maritim terbesar, banyak masyarakat Indonesia yang bermata pencaharian sebagai nelayan. Masyarakat nelayan adalah salah satu bagian dari masyarakat Indonesia yang hidup dengan mengelola potensi sumber daya perikanan (Kusnadi, 2009) Kota Cilacap merupakan salah satu kabupaten dengan wilayah terluas di provinsi Jawa Tengah, terdiri dari 24 kecamatan, 15 kelurahan, dan 269 desa (Rony Nur Triwibowo et al., 2024), PPSC (Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap) merupakan salah satu pelabuhan yang paling besar di pantai jalur selatan Pulau Jawa, Di sekitar Pantai Cilacap terdapat Pasar Ikan Higienis, serta 13 tempat pelelangan ikan (TPI). Terdapat fasilitas docking khusus untuk kapal dengan GT 100, pabrik es dengan kapasitas total 236 ton di 5 unit, dan cold storage dengan kapasitas total 75 ton di 3 unit. Jumlah nelayan laut mencapai 33.000 orang, dengan 4 galangan kapal, 2 depot BBM, dan 7 unit dermaga. Kapasitas sebaran penangkapan mencapai 5.200 km², mampu menampung 250 kapal dalam operasinya. (Cilacapkab.co.id)

Dari analisis penulis, konsumsi ikan di Kab. Cilacap masih menjadi salah yang terendah. Dari target sebesar 59,3% pada 2025, saat ini konsumsi ikan baru sekitar 28,6%, 28 kilogram per kapita pertahun. Anggota Komisi II DPR RI Tetti Rohatiningsih mendorong agar sosialisasi Gemarikan terus digalakkan. Salah satunya untuk menekan jumlah kasus stunting di Kabupaten Cilacap (Infopublik.id) bertepatan dengan Hari Ikan Nasional, Dinas Perikanan Kabupaten Cilacap gencar mengajak masyarakat dalam Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) kepada seluruh masyarakat, terutama anak-anak (Nuryanto & Bhagawati A & I, 2015). Karena ikan mempunyai nutrisi yang sangat baik untuk perkembangan otak dan sangat penting untuk berkembangnya tubuh, prospek pemasaran produk perikanan cukup baik. Hal ini didukung oleh peningkatan konsumsi ikan

per kapita. Dengan pemasaran digital, target penjualan dicapai dengan strategi yang terintegrasi, yaitu promosi terkait kandungan ikan, iklan masyarakat pencegahan stunting, informasi olahan produk laut, dan lain-lain ditambah dengan pengenalan platform digital seperti marketplace Tokopedia, Instagram dan media sosial lainnya (Zulfikar Yusya Mubarak et al., 2022).

Permasalahan bangsa akan sulit untuk diatasi oleh satu pihak, maka diperlukan banyak pihak yang peduli serta kompeten untuk saling berkolaborasi menciptakan solusi inovatif, efektif dan adaptif. Salah satu fungsi Tridarma Perguruan Tinggi adalah pengabdian kepada masyarakat, akademisi dan pemerintah memiliki hubungan keterkaitan yang erat dalam rantai solusi permasalahan bangsa. Universitas Al-Irsyad Cilacap bekerjasama dengan Dinas Perikanan Kabupaten Cilacap menganalisa kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk dari mitra kelompok nelayan Teri Rejeki di wilayah TPI Pandanarang Teluk Penyus Cilacap Selatan, Kabupaten Cilacap. Setelah mengidentifikasi permasalahan yang ada maka tim Pengmas UNAIC memberikan solusi untuk memecahkan beberapa permasalahan yang ada, diantaranya yaitu membuat beberapa program melakukan pemasaran online (Indra Rachmawati & Susanti, 2022).

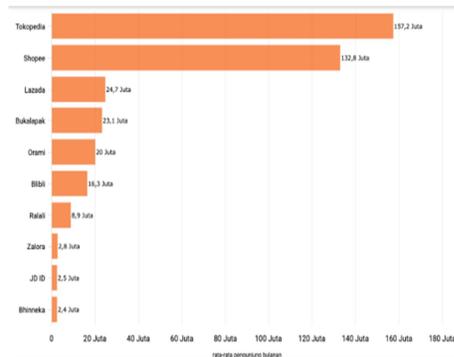


Gambar 1. Koordinasi antara Universitas Al-Irsyad Cilacap & Dinas Perikanan Cilacap

Masalah

Pemasaran ikan segar, olahan ikan maupun olahan kerupuk ikan mitra kelompok binaan Dinas Perikanan Cilacap masih terbatas pada pengunjung pantai Teluk Penyus dan masyarakat sekitar Cilacap karena belum memakai pemasaran digital. Potensi pasar yang belum dioptimalkan oleh mitra. Warga sudah berjualan kerupuk ikan ataupun olahan laut di warung-warung secara langsung secara offline, warga sudah menggunakan smartphone yang digunakan untuk belanja online, namun karena keterbatasan pengetahuan belum ada warga kelompok binaan Dinas Perikanan Cilacap di Jl Pasir Emas RT 01 RW 15 Area TPI Pandanarang Teluk Penyus, Kecamatan Cilacap Selatan yang berjualan online.

Munculnya berbagai marketplace di Indonesia yang menawarkan banyak diskon telah mengubah kebiasaan belanja masyarakat, terutama selama pandemi. Data menunjukkan bahwa gaya belanja masyarakat telah beralih dari offline ke online. Pada kuartal I 2022, market place Shopee berada di urutan 2 dengan pengunjung rata-rata sebanyak 132,77 juta, sementara Tokopedia berada di urutan pertama dengan rata-rata pengunjung bulanan mencapai 157,2 juta.



Gambar 2. Platform e-commerce yang paling banyak dikunjungi di Indonesia

Berdasarkan grafik diatas, terlihat bahwa trend kenaikan pengguna internet di Indonesia semakin naik setiap tahunnya. Pandemi covid 19 justru mempercepat transformasi digital di Indonesia. Maka solusi yang dapat tim pengabdian kepada masyarakat UNAIC tawarkan kepada mitra kelompok binaan Dinas Perikanan Cilacap adalah pelatihan pembuatan akun berjualan di marketplace Tokopedia, dan pendampingan sampai mitra dapat mengoperasikan fitur penjualan kerupuk ikan melalui Tokopedia.

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian adalah qualitative. Metode pelaksanaan yang dilakukan secara bertahap melalui beberapa survey pendahuluan berupa kordinasi dengan Dinas Perikanan Kabupaten Cilacap, survey lapangan, pengamatan dan survey lanjutan berupa wawancara dengan calon peserta pengabdian kepada masyarakat.

Pelaksanaan: Februari – Oktober 2023

Lokasi : Jl Pasir Emas RT 01 RW 15 Area TPI Pandanarang, Teluk Penyu, Kecamatan Cilacap Selatan

Peserta: 10 orang perwakilan Kelompok Nelayan Teri Rejeki, Binaan Dinas Perikanan Cilacap

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) hibah internal UNAIC diselenggarakan oleh

Hari/ Tgl : Senin, 2 Oktober 2023

Waktu : 15.00 – 18.00 WIB

Lokasi : Rumah ibu Tumirah, Jl Pasir Emas RT 01 RW 15 Area TPI Pandanarang, Teluk Penyu, Kecamatan Cilacap Selatan

Peserta : 10 orang perwakilan Kelompok Nelayan Teri Rejeki, Binaan Dinas Perikanan Cilacap

Tim Pengabdian : 3 Dosen dari multi disiplin ilmu & 5 mahasiswa.

Tabel: 4.1 Tim Pengabdian Hibah Internal UNAIC 2023.Nama	Jabatan	Tugas	Prodi/ Fakultas
Nuni Wulansari, SE MM	Ketua	Pemateri tips trik berjualan online	Bisnis Digital/ FISOS
Indra Rachmawati, SE, M.Si	Anggota 1	Pemateri proses NIB	Kewirausahaan/ FISOS
Laeli Farkhah, S.Kep, Ns., M.Kep	Anggota 2	Pemateri Proses NIB	Keperawatan/ FIKES
Adisa Refinatania Putri	Mahasiswa	Tutorial & pendampingan pembuatan email, dan toko online	Bisnis Digital/ FISOS
Kuwera Dewi Shinta	Mahasiswa	Tutorial & pendampingan pembuatan email, dan toko online	Bisnis Digital/ FISOS
Wilda Adelia Salsabila	Mahasiswa	Tutorial Foto Produk	Bisnis Digital/ FISOS
Finda Nurlasih	Mahasiswa	Tutorial Foto Produk	Bisnis Digital/ FISOS
Khansa Intan Fauziah	Mahasiswa	Dokumentasi Video	Bisnis Digital/ FISOS



Gambar 4. Foto Tim Pengabdian UNAIC dan Peserta Pelatihan

B. Pembahasan

Peserta Pengabdian kepada Masyarakat diputuskan hanya untuk 10 orang ibu-ibu di Area TPI Pandangarang Teluk Penyus – kelompok binaan Dinas Perikanan Kab Cilacap, dengan alasan agar pendampingannya fokus, karena warga membutuhkan pendampingan khusus dan intensif, mulai dari pembuatan email, foto produk, pengukuran berat / dimensi produk, pembuatan toko online, dan ditambah dengan materi yang di request oleh peserta, yaitu pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB).

Pengalihan anggaran pada proposal awal terjadi karena pada awalnya, tim menganggarkan pembukaan rekening bank digital untuk peserta pelatihan dan hanya memberikan kuota internet senilai Rp 20.000,- untuk praktek, namun karena peserta yang hadir sudah memiliki rekening bank, maka kami alihkan anggaran tersebut menjadi kuota internet senilai Rp.50.000,- dengan harapan para peserta mau terus belajar mandiri dan dapat berkonsultasi pada tim pengabdian, tanpa khawatir kehabisan kuota.

Pengalihan anggaran lainnya adalah pemberian doorprize berupa buku cerita anak. Pada awalnya tim tidak menganggarkan doorprize, namun pada saat survey lanjutan kami menemukan kenyataan bahwa beberapa ibu calon peserta pelatihan tidak bisa menitipkan anaknya kepada oranglain, hal ini akan mengganggu konsentrasi para peserta, karena beberapa anak bermain games menggunakan HP milik peserta, sehingga HP tersebut tidak bisa digunakan untuk praktek. Maka kami memutuskan untuk memberikan pengalihan bagi anak – anak tersebut berupa buku cerita anak dan buku stiker anak, agar ibunya bisa menggunakan HP untuk praktek.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey awal, survey lanjutan, wawancara dan tinjauan lapangan yang dilakukan oleh tim Pengabdian Hibah Internal Universitas Al-Irsyad Cilacap, dapat disimpulkan:

1. Masih banyak warga terutama para nelayan, pengolah hasil laut/ pedagang di area TPI Pandangarang, yang membutuhkan pendampingan intensif terkait pemasaran digital, mulai dari pelatihan pembuatan email, promosi, desain / editing, pendampingan cara menjual produk melalui E-Commerce/ Media Sosial, pendampingan proses perijinan PIRT, Sertifikat halal, sanitasi & higienitas keamanan dan kesehatan pangan, dll yang membutuhkan kolaborasi dengan berbagai pihak.
2. Mayoritas para ibu di area TPI Pandangarang sudah memiliki smartphone dan sudah sering berbelanja di berbagai E-Commerce seperti Shopee, Lazada maupun Tokopedia, namun

belum banyak yang memanfaatkan gadgetnya untuk berjualan. Pelatihan intensif kepada 10 orang perwakilan kelompok binaan Dinas Perikanan Cilacap, diharapkan bisa menjadi pioneer, agar semakin banyak warga yang bisa memanfaatkan gadget untuk meningkatkan penjualan produk melalui E-Commerce, terutama Tokopedia.

DAFTAR RUJUKAN

Asharryadi Noegroho, Annisa Rahayu Pangesti, Dede Yusuf, Safitri Dwi Lestari, & Syifa Marsyanda. (2024). Pelatihan Inovasi Usaha dan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Catering dan Angkringan di Kel. Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap. *Jurnal Pelayanan Masyarakat (JPM)*, 01–07.

Catatan: Dalam gaya APA, penulis pertama di daftar pustaka diurutkan berdasarkan urutan abjad dari nama belakang mereka.

Indra Rachmawati, & Susanti. (2022). Pemberdayaan Petani Jeruk Siam Untuk Meningkatkan Nilai Buah Jeruk Siam Dan Pendapatan Masyarakat Desa Brebeg Kabupaten Cilacap Abstrak Kabupaten Cilacap memiliki daerah geografis yang sangat luas dan banyak potensi yang dapat dikembangkan bahkan dapat di. *J Pengabdian Masyarakat Al-Irsyad [Internet]*, 101–108.

Kusnadi. (2009). *Keberdayaan Nelayan Dalam Dinamika Ekonomi Pesisir*. Ar-Ruzz Media, editor.

Nuryanto, & Bhagawati A & I. (2015). Fauna ikan di Sungai Cikawung Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. *J iktiologi Indonesia*.

Rony Nur Triwibowo, Lia Ernawati, & Mika Tri Kumala Swandari. (2024). Strategi Peningkatan Nilai Ekonomi Pengolahan Jamur Tiram di Desa Kemiren, Tegalkamulyan Kabupaten Cilacap. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 80–85.

Zulfikar Yusya Mubarak, Fajar Nurwibowo, Indra Rachmawati, & Anisa Rahayu Pangesti. (2022). Pengenalan Digital Marketing Untuk Peningkatan Daya Jual Produk Melalui Pemasaran Digital Bagi Ikatan Remaja Masjid Al-Ishlah Kabupaten Cilacap Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. *JPMA*.