



ABDIMAS BERKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya

DOI : <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i04.783>

PENERAPAN BISNIS E-COMMERCE DALAM BIDANG PERIKANAN DI KABUPATEN BUTON SELATAN

Deki Pardana*¹, Husni², Juamdan
Zamha Zamihu³, La Ode Muhaimin⁴,
Ahmad Daholu⁵

^{1,5} Program Studi Manajemen, Fakultas
Ekonomi, Universitas Muhammadiyah
Buton, Indonesia

^{2,3} Program Studi Bahasa Inggris,
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Dayanu Ikhsanuddin,
Indonesia

⁴ Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas
Hukum Universitas Dayanu
Ikhsanuddin, Indonesia

Article history

Received : 03 Juni 2023

Revised : 06 Juli 2023

Accepted : 01 Agustus 2023

Available Online : 30 Agustus 2023

*Corresponding Author

Nama: **Deki Pardana**

Email: dekiperdana81@gmail.com

Licensed Under

a Creative Commons
Attribution 4.0
International License



Abstrak

Penerapan model bisnis UMKM *e-commerce* dalam bidang perikanan memiliki ruang lingkup yang luas dan dapat mencakup berbagai aspek dalam industri perikanan. Beberapa ruang lingkup utama yang dapat pertimbangan dalam menerapkan model bisnis *e-commerce* di bidang perikanan, mulai dari persediaan produksi, iklan, jaminan kualitas hingga pemasaran yang menggunakan platform digital. Salah satu peluang yang harus dimanfaatkan oleh masyarakat adalah pemanfaatan *knowledge management* dan *e-commerce* untuk memudahkan pola hidup manusia. Apalagi dengan kondisi paska pandemi yang masih terasa sampai saat ini, membuat beberapa sektor bisnis dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang perikanan harus memikirkan berbagai macam alternatif agar bisnisnya dapat bertumbuh secara berkelanjutan, termasuk para pelaku UMKM di Kecamatan Batauga. Melihat perkembangan bisnis digital, kedua UMKM tersebut ingin mencoba untuk melirik pasar yang lebih besar, bukan hanya lokal tapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas, yakni tingkat provinsi maupun nasional. Ruang lingkup penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan di Kecamatan Batauga sangat bervariasi, dan pelaku bisnis dapat memilih aspek-aspek mana yang paling relevan sesuai dengan tujuan dan sumber daya mereka. Hal ini penting untuk merencanakan dengan baik, menjaga kualitas produk, dan menjalankan operasi yang efisien untuk kesuksesan jangka panjang dalam industri perikanan di Kabupaten Buton Selatan.

Kata Kunci : E-Commerce, UMKM, Bisnis Digital

Abstract

The application of e-commerce MSME business models in fisheries has a broad scope and can cover various aspects in the fisheries industry. Some of the main scopes that can be considered in implementing e-commerce business models in fisheries, ranging from production supplies, advertising, quality assurance to marketing using digital platforms. One of the opportunities that must be utilized by the community is the use of knowledge management and e-commerce to facilitate human life patterns. Especially with the post-pandemic conditions that are still felt today, several business sectors of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the fisheries sector must think of various alternatives so that their businesses can grow sustainably, including MSME players in Batauga District. Seeing the development of digital business, the two MSMEs want to try to look at a larger market, not only locally but can reach a wider market, namely the provincial and national levels. The scope of application of e-commerce business models in fisheries in Batauga Sub-district varies greatly, and businesses can choose which aspects are most relevant according to their goals and resources. It is important to plan well, maintain product quality, and run efficient operations for long-term success in the fisheries industry in South Buton District.

Keywords: E-Commerce, UMKM, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan merupakan upaya untuk mengoptimalkan potensi sektor perikanan dengan memanfaatkan teknologi digital dan internet. Hal ini dilakukan dengan melihat berbagai pertimbangan (Amini dan Permata, 2022). Yakni, (1) Pertumbuhan Potensi Pasar: Pasar produk perikanan, seperti ikan, udang, lobster, dan produk perikanan lainnya, memiliki potensi yang besar. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, pelaku usaha perikanan dapat mengakses pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. (2) Perubahan Preferensi Konsumen: Konsumen modern cenderung lebih suka berbelanja secara online karena kenyamanan, kemudahan perbandingan harga, dan pilihan produk yang lebih beragam. Ini menciptakan peluang untuk bisnis perikanan untuk menjual produk mereka secara online. (3) Peningkatan Aksesibilitas: Kemajuan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas telah meningkatkan aksesibilitas ke berbagai jenis pasar. Hal ini memungkinkan para nelayan, petani ikan, produsen, dan pedagang perikanan untuk menjual produk mereka dengan lebih mudah. (4) Optimalisasi Rantai Pasokan: Dengan memanfaatkan *e-commerce*, bisnis perikanan dapat mengoptimalkan rantai pasokan mereka dengan lebih efisien. Mereka dapat mengurangi pemborosan, mengelola persediaan dengan lebih baik, dan mengurangi risiko kerusakan produk. (4) Promosi Produk: *E-commerce* juga memberikan kesempatan untuk mempromosikan produk perikanan secara lebih efektif melalui berbagai strategi pemasaran digital, seperti media sosial, iklan online, dan kampanye promosi (Nasrullah, 2015; Lita, 2021).

Disisi lain, kemajuan teknologi informasi telah mendorong badan usaha untuk menerapkan metode penjualan dan pemasaran baru untuk meningkatkan pengetahuan konsumen, serta pengiriman layanan dan produk dengan cepat. Internet merupakan bagian dari kemajuan teknologi informasi (Abdullah et al, 2021). Konsumen di seluruh dunia dapat mengakses internet dari mana saja. Salah satu peluang yang harus dimanfaatkan oleh masyarakat adalah pemanfaatan *knowledge management* dan *e-commerce* untuk memudahkan pola hidup manusia. Apalagi dengan kondisi paska pandemi yang masih terasa sampai saat ini, membuat beberapa sektor bisnis dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang perikanan harus memikirkan berbagai macam alternatif agar bisnisnya dapat bertumbuh secara berkelanjutan, termasuk para pelaku UMKM di Kecamatan Batauga. Melihat perkembangan bisnis digital, kedua UMKM tersebut ingin mencoba untuk melirik pasar yang lebih besar, bukan hanya lokal tapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas, yakni tingkat provinsi maupun nasional.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di bidang perikanan di Kecamatan Batauga dalam memasarkan produknya secara *online* dalam hal pengetahuan dan pemahaman pada aspek penerapan bisnis *e-commerce*. Penyelesaian permasalahan difokuskan pada kegiatan pelatihan yaitu pelatihan penyajian materi tentang produk yang dihasilkan harus memiliki kualitas yang baik, serta mempromosikan produk, hingga mendistribusi produk sampai pada tangan konsumen lewat penggunaan media, baik media social, maupun menggunakan website. Dimana hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif (Neuman, 2014).

HASIL PEMBAHASAN

Penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan dapat membantu mengatasi beberapa tantangan, seperti distribusi produk perikanan yang segar, meningkatkan akses pasar bagi produsen kecil, dan memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen. Selain itu, integrasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan perikanan secara keseluruhan. Sedangkan tahapan teknis pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah dimulai dengan perencanaan yakni:

1. Melakukan kordinasi dengan pemerintah Kecamatan Batauga.
2. Pra sosialisasi pada pelaku UMKM
3. Meninjau lokasi kegiatan PKM dilaksanakan.
4. Menyiapkan seluruh rangkaian kebutuhan kegiatan.

Penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan dapat menjadi peluang yang menarik untuk memperluas bisnis, menghubungkan produsen ikan, distributor, dan konsumen secara efisien. Berikut adalah langkah-langkah untuk menerapkan model bisnis *e-commerce* dalam kegiatan pengabdian ini:

1. Penyediaan Platform *E-commerce*. Buat platform *e-commerce* yang dapat digunakan oleh produsen perikanan, pengepul, dan konsumen. Platform ini dapat berbentuk situs web atau aplikasi seluler.
2. Daftar Produk Perikanan. Produsen perikanan harus mendaftarkan produk mereka di platform *e-commerce*. Ini dapat mencakup ikan segar, olahan ikan, kerang, udang, dan produk perikanan lainnya.
3. Penawaran dan Harga. Produsen dapat menawarkan produk mereka dengan harga yang bersaing di platform. Harga dapat berubah sesuai dengan penawaran dan permintaan.
4. Pengiriman dan Logistik. Kembangkan sistem pengiriman atau kerja sama dengan perusahaan logistik untuk mengantarkan produk perikanan dari produsen ke konsumen atau pengepul.
5. Pengelolaan Stok. Implementasikan sistem manajemen stok yang efisien untuk memastikan ketersediaan produk perikanan yang cukup di platform *e-commerce*.
6. Penyuluhan dan Pendidikan. Sertakan informasi pendidikan tentang produk perikanan, cara memilih ikan yang baik, dan cara memasaknya dengan benar. Ini dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik.
7. Sistem Pembayaran. Sediakan berbagai pilihan pembayaran yang nyaman, seperti kartu kredit, transfer bank, atau pembayaran online lainnya.
8. Pemasaran dan Promosi. Gunakan strategi pemasaran online, termasuk media sosial dan iklan online, untuk mempromosikan platform *e-commerce* kepada konsumen potensial.



Penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan bisa menjadi peluang yang menarik untuk memanfaatkan teknologi dan internet dalam industri perikanan. Berikut adalah beberapa tindak lanjut dan konsep yang dapat diterapkan dalam model bisnis *e-commerce* di bidang perikanan pada pengabdian ini kedepannya:

1. Pasar Online.
Pelaku UMKM Kecamatan Batauga akan membangun platform *e-commerce* yang memungkinkan nelayan, pemilik perikanan, dan pemasok perikanan untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara online. Platform ini bisa berupa situs web atau aplikasi mobile.
2. Pendanaan dan Investasi.
Cari sumber pendanaan untuk membangun dan mengembangkan platform *e-commerce*. Ini bisa melibatkan pinjaman bank, investor, atau pendanaan sendiri jika memungkinkan.
3. Pengadaan Produk.
Jalin kemitraan dengan nelayan lokal atau pemilik perikanan untuk memasok produk perikanan segar ke platform.
4. Pemasaran dan Promosi.

Gunakan strategi pemasaran digital untuk mempromosikan platform. Ini bisa mencakup iklan online, media sosial, kampanye email, dan lainnya untuk menjangkau pelanggan potensial.

5. Logistik dan Pengiriman.

Atur sistem logistik yang efisien untuk mengambil produk dari sumbernya dan mengirimkannya ke pelanggan dengan aman dan cepat. Pertimbangkan opsi pengiriman seperti layanan kurir atau pengiriman sendiri.

6. Keamanan dan Kualitas Produk.

Pastikan bahwa produk perikanan yang dijual melalui platform memenuhi standar keamanan pangan dan kualitas yang berlaku. Ini penting untuk mempertahankan reputasi dan kepercayaan pelanggan.

7. Transaksi dan Pembayaran.

Sediakan sistem pembayaran online yang aman dan nyaman untuk pelanggan. Juga dapat mempertimbangkan berbagai opsi pembayaran, seperti kartu kredit, transfer bank, atau pembayaran digital.

8. Manajemen Inventaris.

Gunakan sistem manajemen inventaris untuk melacak stok produk memastikan ketersediaan yang memadai.

9. Umpan Balik Pelanggan.

Dapatkan umpan balik dari pelanggan secara teratur dan gunakan informasi ini untuk meningkatkan layanan dan produk.

10. Kemitraan Strategis.

Pertimbangkan untuk menjalin kemitraan dengan restoran, hotel, atau bisnis kuliner lainnya yang membutuhkan pasokan perikanan. Ini dapat membantu meningkatkan omset.

11. Pengembangan Aplikasi Mobile.

Buat aplikasi mobile yang memudahkan pelanggan untuk berbelanja produk perikanan secara lebih praktis. Aplikasi ini juga bisa memberikan notifikasi tentang penawaran khusus dan pembaruan produk.

12. Keberlanjutan.

Pertimbangkan untuk menerapkan praktik yang berkelanjutan dalam rantai pasokan, seperti perikanan berkelanjutan, untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan.

13. Pengembangan Ekspansi.

Setelah platform *e-commerce* berjalan dengan baik, pertimbangkan untuk mengembangkan bisnis Anda dengan menambahkan produk-produk terkait, seperti peralatan memasak atau bahan makanan tambahan.

Penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan membutuhkan perencanaan yang matang dan investasi yang cukup besar dalam teknologi dan infrastruktur. Namun, jika dikelola dengan baik, ini dapat menjadi cara yang efektif untuk memasarkan produk perikanan lokal dan mencapai pelanggan yang lebih luas. Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Batauga. Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Aula Kantor Kecamatan Batauga yang terletak di Jl. Poros Batauga Kabupaten Buton Selatan. Kegiatan PKM ini

dilaksanakan pada hari Senin, 21 Juni 2023. Dengan metode yang digunakan adalah sosialisasi dan diskusi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan adalah bahwa ini adalah peluang yang menarik untuk mengubah cara industri perikanan beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Beberapa poin penting yang dapat diambil dari penerapan ini adalah:

1. Pasar yang Lebih Luas. Dengan *e-commerce*, bisnis perikanan dapat mencapai pelanggan yang lebih luas, baik lokal maupun internasional, meningkatkan peluang penjualan dan pertumbuhan.
2. Kemudahan Berbelanja. Pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi dan memesan produk perikanan secara online, memberikan kenyamanan dan fleksibilitas dalam berbelanja.
3. Optimalisasi Operasional. *E-commerce* memungkinkan bisnis perikanan untuk mengelola inventaris dengan lebih baik, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan efisiensi.
4. Keamanan dan Kualitas Produk. Bisnis perikanan harus memastikan bahwa keamanan dan kualitas produk tetap menjadi prioritas utama dalam penerapan model bisnis *e-commerce* ini.
5. Pertimbangan Lingkungan. Bisnis perikanan juga harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam operasi mereka untuk memenuhi tuntutan pelanggan yang semakin peduli terhadap lingkungan.

Penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan memerlukan investasi dan perencanaan yang matang, tetapi dapat membuka peluang baru dan meningkatkan daya saing dalam industri perikanan yang terus berkembang. Ini juga dapat memfasilitasi pertumbuhan ekonomi lokal dan memberikan akses yang lebih baik ke produk perikanan yang berkualitas bagi pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan selaku UMKM di Desa Batauga karena telah bekerja sama sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Tim Lembaga Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Buton dan Universitas Dayanu Ikhsanuddin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Sukmawati, Bunyamin, Buana, Tjandra Buana, D. (2021). ALTERNATIF PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT NELAYAN. *Pengabdian Masyarakat*, 2, 246–25.
- Amini, N., & Permata, S. (2022). PEMBERDAYAAN IBU PKK MELALUI PELATIHAN KETERAMPILAN PEMBUATAN PRODUK DARI OLAHAN PISANG. *Development*, 1(2), 162–169.
- Aulia Andhikawati¹, Rega Permana, Nora Akbarsyah, P. K. P. (2022). PENYULUHAN DALAM PEMANFAATAN IKAN TENGGIRI MENJADI BAKSO IKAN DI

DESA CINTARATU, PENGANDARAN. *Farmers: Journal of Community Services*, 3(2), 35–39.

Lita Sarih, et all. (2021). BAKTIMU: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT STF MUHAMMADIYAH CIREBON. *BAKTIMU: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat STF Muhammadiyah Cirebon*, 1(2), 95–104.

Nasrullah, R. 2015. *TEORI MEDIA SOSIAL (PERSPEKTIF KOMUNIKASI, KULTUR, DAN SOSIO TEKNOLOGI)*. Simbiosis Rekatama Media.

Neuman, W.L. 2014. *SOSIAL RESEARCH METHODS: QUALITATIF AND QUANTITATIF APPROACH*, 7ed. Sage Publication, London.