



## Pemasaran digital sebagai upaya peningkatan penjualan produk unggulan ikan asin di Desa Muara Badak Ilir, Kutai Kartanegara

Andi Nurhasanah , Muchamad Zainul Rohman  
Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

 [andin61@gmail.com](mailto:andin61@gmail.com)

 <https://doi.org/10.31603/ce.5204>

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah berkembang dengan pesat dan berpengaruh pada masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis skala besar maupun kecil. *Digital Marketing* menjadi salah satu sarana untuk berjualan yang dapat membantu peningkatan penjualan produk dibandingkan dengan penjualan secara konvensional. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan pada anggota Rukun Nelayan Toko Lima, Desa Muara Badak Ilir, Kabupaten Kutai Kartanegara dalam memasarkan produk Ikan Asin Tembang dan Ikan Asin Teri sebagai produk unggulan daerah. Pengabdian ini dilaksanakan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali permasalahan dalam pemasaran produk dan juga pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan website, desain dan pemasaran produk ikan Asin Tembang dan Ikan Asin Teri. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa anggota Rukun Nelayan Toko Lima dapat secara terampil dalam pengelolaan pemasaran melalui *digital marketing* dan website.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital; Ikan Asin; Website; Media Sosial

## *Digital marketing to increase sales of salted fish products in Muara Badak Ilir village, Kutai Kartanegara*

### Abstract

*The development of information technology has grown rapidly and has an impact on society in supporting various large and small-scale business activities. Digital Marketing is one of the means to sell that can help increase product sales compared to conventional sales. This community service aims to provide training and assistance to members of the Rukun Nelayan Toko Lima, Muara Badak Ilir Village, Kutai Kartanegara Regency in marketing tembang and anchovy salted fish products as regional superior products. This program was carried out through a Focus Group Discussion (FGD) to explore problems in product marketing as well as training and assistance in website management, design and marketing of tembang and anchovy salted fish products. The results of the program show that members of the Rukun Nelayan Toko Lima can skillfully manage marketing through digital marketing and website.*

**Keywords:** *Digital marketing; Salted fish; Websites; Social media*

## 1. Pendahuluan

Saat ini, perkembangan teknologi informasi berdampak positif dalam peningkatan bisnis dan usaha. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan meningkat. Perkembangan *digital*

*marketing* (pemasaran digital) melalui web, telepon genggam, dan perangkat lain menawarkan akses baru dalam periklanan (Lindawati, 2020). Strategi pemasaran digital multi-saluran ditujukan untuk menjangkau audien target yang dapat diakses melalui web, email, SMS, media sosial, dan aplikasi (Chakti, 2019). Teknologi informasi saat ini telah memasuki pasar utama dan dikembangkan sebagai bentuk *new wave technology*. *New wave technology* adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan interaktivitas antar individu dan kelompok. Adapun *digital marketing* adalah praktik pemasaran yang menerapkan saluran “distribusi digital” untuk menjangkau konsumen dengan cara yang efektif, personal dan *cost-effective*. Kegiatan-kegiatan pemasaran dilakukan secara intensif menggunakan media komputer, baik melalui penawaran produk, pembayaran dan pengirimannya (Aditya & Rahmi, 2017). *Digital marketing* merupakan pengembangan dari *marketing* tradisional yaitu secara *offline*, dengan maraknya internet dan kemudahan komunikasi yang ditawarkannya, maka penerapan *marketing* pada perusahaan mulai mengadopsi media internet, yang kemudian disebut sebagai *e-marketing* (Chaffey, 2015).

Selama ini, penggunaan media sosial online belum dilakukan maksimal oleh anggota Rukun Nelayan Toko Lima sebagai sarana promosi maupun tempat berjualan produk. Umumnya, kelompok ini memasarkan secara konvensional dan belum mengetahui cara promosi secara online. Pemberdayaan masyarakat melalui skema pemasaran digital produk unggulan Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima berupa ikan asin tembang dan ikan teri di desa Muara Badak Ilir, Kabupaten Kutai Kartanegara, merupakan salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diharapkan mempunyai dampak langsung pada pelaku usaha ekonomi kreatif.

## 2. Metode

---

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali permasalahan dalam pemasaran produk anggota Rukun Nelayan Toko Lima yang menghasilkan produk Ikan Asin Tembang dan Ikan Asin Teri. Selain itu, tim pelaksana juga melatih dan mendampingi dalam pengelolaan pemasaran digital melalui *website* pemasaran yang dikembangkan oleh Tim PkM.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

### 3.1. Observasi permasalahan pemasaran produk ikan asin

Tim dosen dan mahasiswa Polnes sebagai tim perancang dan pendamping program membantu memberikan sumbangsih pemikirannya dalam merancang Website dan database produk Unggulan Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima Kabupaten Kutai Kartanegara. Bantuan dilakukan mulai dari pendataan, perancangan, berdiskusi bersama dalam *Forum Group Discussion* (FGD), *brain storming* dan penyusunan program kerja *Digital Marketing* produk Unggulan Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara. Melalui pendataan dan pengembangan *website* dan *database* produk unggulan, diharapkan Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima akan menjadi Usaha yang Mandiri dan berkembang sesuai perkembangan jaman. Dimilikinya *website* dan promosi di media sosial online yang bagus dan terarah, akan menjadikan pamor/citra produk unggulan Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima

Kabupaten Kutai Kartanegara menjadi kuat dan mandiri. Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima akan dapat bersaing dengan usaha lain yang sejenis dan terus berinovasi.

### 3.2. Pelatihan dan pendampingan pengelolaan website dan promosi online

Tim dosen Polnes berupaya untuk berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha di Kabupaten Kutai Kartanegara melalui pelatihan dan pendampingan untuk peningkatan daya saing UMK di pasar. Oleh karena itu, disusunlah rancangan pelatihan dan pengembangan pengelolaan *website*, desain dan pemasaran bagi kelompok pelaku Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima Dalam mencapai indikator kinerja yang telah ditetapkan, yang akan diselesaikan atau dikuatkan dengan melaksanakan kegiatan/aktivitas ini.

Aktivitas Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima harus didukung oleh kualitas produk yang bagus dan memiliki keunggulan kompetitif di pasar. Namun demikian, masih terdapat aspek lain yaitu kualitas desain dan pemasaran secara *online*. Desain dan kemasan juga sangat membantu meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli. Dari beberapa alasan di atas, maka perlu diadakan pelatihan dan pendampingan pengelolaan *website*, desain dan pemasaran produk. Oleh karena itu Tim dosen dan mahasiswa Polnes dan Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima bersepakat untuk melaksanakan pelatihan dan pendampingan *website*, desain dan pemasaran. Diperlukan pelatihan dan pengembangan secara profesional agar didapat produk yang berkualitas dan pekerjaan menjadi lebih efisien. Adapun laman website penjualan produk ikan asin Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima disajikan pada [Gambar 1](#). Adapun setelah dilaksanakan pelatihan dan pendampingan pengelolaan pemasaran digital, kelompok Rukun Nelayan Toko Lima dapat memahami dan mempraktikkan cara pengelolaan pemasaran digital dengan baik.



Gambar 1. Laman website penjualan

## 4. Kesimpulan

Permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima, Desa Muara Badak Ilir, Kabupaten Kutai Kartanegara dalam memasarkan produk Ikan Asin Tembang dan Ikan Asin Teri direspons oleh Tim PkM Polnes melalui pembuatan *website*, pelatihan dan pendampingan pengelolaan digital marketing. Terbentuknya pola pemasaran digital ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dalam skala nasional, mengingat pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima hanya sebatas pemasaran secara lokal saja. Pelaksanaan PkM ini mendapatkan hasil yang positif yang ditunjukkan

dengan mahirnya para anggota Kelompok Rukun Nelayan Toko Lima dalam mengelola dan mengoperasikan website penjualan ikan asin. Diharapkan, dengan adanya *website* tersebut dapat meningkatkan perekonomian Desa Muara Badak Ilir, Kabupaten Kutai Kartanegara.

## Acknowledgement

---

Tim penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Kepala Desa Tanjung Batu beserta jajarannya dan kelompok muda kreatif/Karang Taruna yang telah berpartisipasi aktif dalam pelatihan dan pendampingan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada P3M Politeknik Negeri Samarinda atas segala dukungan pendanaan, monitoring dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan PkM.

## Daftar Pustaka

---

- Aditya, S., & Rahmi, P. D. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM Di Kelurahan Malaka Sari Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1).
- Chaffey, D. (2015). *Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice*. Pearson Education Limited, London, England.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa
- Lindawati, S. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---