

PENERAPAN WEBSITE *E-COMMERCE* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN BUDIDAYA IKAN DESA BUGEL KECAMATAN PADARINCANG

Arip Kristiyanto^{1*}, Iroh Rahmawati², Zulfi Andriansah¹, Imam Ahmad³

¹Prodi Sistem Informasi, Universitas Pamulang

²Prodi Akuntansi, Universitas Pamulang

Jl. Lintas Serang - Jakarta Kel. Kelodran Kec. Walantaka, Kota Serang, Indonedia
dosen10027@unpam.ac.id*, irohrahma@gmail.com, zulfiandrisah23@gmail.com

³Prodi Sistem Informasi, Universitas Teknokrat Indonesia
Jl. ZA. Pagar Alam No.9 -11, Kota Bandar Lampung, Indonesia

imamahmad@teknokrat.ac.id

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

Serang Regency, covering 170,341.25 ha and consisting of 29 districts, has great potential for aquaculture development, including freshwater, brackish water, and marine farming. The post-pandemic economic condition has affected freshwater fish farmers in Bugel Village, Padarincang District, with a significant decline in both seed and consumption fish sales—up to 80%. The current marketing system still relies on word-of-mouth and WhatsApp status, resulting in limited market access. This community service activity aims to enhance the marketing of fish farming products among P2MKP Tambakan partners. The main activities include developing a web-based e-commerce platform and conducting branding training for partners. The methods used consist of institutional and participatory approaches, discussions, and training sessions. The developed e-commerce system can be accessed through www.tambakanfish.com. Socialization and training were implemented to improve partners' digital marketing capacity. From five partner respondents, there was a significant increase in understanding of the e-commerce system and product photography techniques, from an average pre-training score of 51.5 to 85.1 post-training. Additionally, sales turnover increased by 12% in October and 18% in November. The results indicate that digitalization supports improved marketing performance and sales. In the future, partnerships with government and private sectors are expected to expand marketing networks through local exhibitions and bazaars.

Keywords: digitalization; e-commerce; fish cultivation; UMKM.

Abstrak

Kabupaten Serang dengan luas wilayah 170.341,25 ha yang terdiri atas 29 kecamatan memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor perikanan budidaya, baik air tawar, payau, maupun laut. Kondisi ekonomi pasca pandemi berdampak signifikan terhadap pembudidaya ikan air tawar di Desa Bugel, Kecamatan Padarincang, terutama penurunan penjualan benih dan ikan konsumsi hingga mencapai 80%. Sistem pemasaran saat ini masih mengandalkan metode konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut dan status WhatsApp, sehingga akses pasar menjadi terbatas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemasaran hasil budidaya ikan pada mitra P2MKP Tambakan. Kegiatan utama meliputi pengembangan sistem *e-commerce* berbasis web serta pelatihan branding bagi mitra. Metode yang digunakan mencakup pendekatan institusional, partisipatif, diskusi, dan pelatihan. Sistem *e-commerce* yang dikembangkan dapat diakses melalui www.tambakanfish.com. Sosialisasi dan pelatihan dilakukan untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam pemasaran digital. Dari lima responden mitra, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman penggunaan sistem *e-commerce* dan teknik fotografi produk, dari nilai rata-rata sebelum pelatihan 51,5 menjadi 85,1 setelah pelatihan. Selain itu, terjadi

peningkatan omzet penjualan sebesar 12% pada Oktober dan 18% pada November. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan kinerja pemasaran dan penjualan. Ke depan, diharapkan terjalin kemitraan dengan pemerintah maupun pihak swasta guna memperluas jaringan pemasaran melalui pameran dan bazar lokal.

Kata kunci: digitalisasi; *e-commerce*; budidaya ikan; UMKM.

PENDAHULUAN

Tahun 2022 Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) mencatat produksi budidaya ikan air tawar di Kabupaten Serang. Produksi budidaya pembesaran ikan air tawar komoditas ikan dengan produksi tertinggi adalah ikan lele sebesar 1.235.073 kg senilai Rp 20.996.241.000,- disusul dengan ikan nila sebesar 250.759 kg senilai Rp 7.522.770.000,-. Produksi pemberian ikan air tawar komoditas dengan produksi tertinggi ialah ikan lele sebesar 46.325 ribu ekor senilai Rp 13.897.500.000 [1].

Akses internet yang semakin mudah, menjadi suatu sarana bisnis yang cepat, fleksibel, ekonomis, serta mudah dioperasikan [2]. Tahun 2023 tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 (78,19% penduduk Indonesia) [3]. Selain itu Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi *e-commerce* di tahun 2023 mencapai Rp453,75 triliun. Sedangkan transaksi e-commerce di Provinsi Banten hingga Oktober 2023 mencapai Rp15,64 triliun. Angka ini naik 11% dari tahun 2022. Dari data tersebut menunjukkan potensi besar pemanfaatan *e-commerce* dalam penjualan produk. Hingga saat ini terus berkembangnya inovasi teknologi dan berbagai bisnis memanfaatkan pasar online[4].

Digitalisasi dalam pengelolaan dan promosi UMKM memberikan manfaat signifikan bagi para pelaku usaha untuk tetap bertahan di tengah pandemi. Sistem transaksi berbasis jaringan komputer terbukti menjadi solusi efektif dalam mengatasi kendala pemasaran produk sekaligus mendorong terciptanya inovasi [5] [6]. Melalui *E-commerce* mampu meningkatkan promosi produk pertanian masyarakat [7]. Selain itu, kegiatan ini juga berdampak positif pada peningkatan penjualan, kesejahteraan masyarakat, dan keterampilan petani dalam menjalankan bisnis secara online, yang menjadi kebutuhan tak terelakkan di era digital yang terus berkembang [8]. Dengan memanfaatkan *e-commerce* UMKM dapat memperluas pemasarannya misalnya melalui website, media sosial, *marketplace* dll [9], [10]

Kabupaten Serang memiliki luas wilayah sebesar 170.341,25 ha, terdiri dari 29 Kecamatan. Sumberdaya perikanan budidaya di Kabupaten Serang yang memiliki potensi besar untuk

dikembangkan baik budidaya air tawar, budidaya air payau dan budidaya air laut. Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan Kabupaten Serang pada sektor perikanan budidaya telah melakukan kebijakan strategis pembangunan melalui Pengembangan Sentra Perikanan Budidaya dengan konsep *One Village One Product* (OVOP). Adapun lokasi dan komoditas yang menjadi target Pengembangan Sentra Perikanan Budidaya Tabel 1. [11].

Tabel 1. Pengembangan Sentra Perikanan Budidaya Kab. Serang

No	Nama Desa	Komoditas
1	Desa Bugel Kecamatan Padarincang	Ikan Nila
2	Desa Tengkurak Kecamatan Tirtayasa	Rumput Laut <i>gracilaria</i>
3	Desa Lontar Kecamatan Tirtayasa	Rumput Laut <i>cottonii</i>
4	Desa Domas Kecamatan Pontang	Ikan Bandeng
5	Desa Tenjo Ayu Kecamatan Tanara	Udang Vaname

Sumber: (Dinas Perikanan Kabupaten Serang, 2024)

Dari pembudidaya perikanan di Kp. Tambakan RT.03/RW.02 Desa Bugel Kecamatan Padarincang maka terbentuklah Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) Tambakan secara geografis berada di lokasi strategis untuk membudidayakan ikan air tawar. Desa Bugel terlihat seperti lembah yang dikelilingi dengan pegunungan, areal sawah dan pengairan yang cukup untuk usaha budidaya ikan air tawar, baik di kolam tanah, keramba, jaring apung, kolam air deras atau mina padi. Sumber kualitas air yang bagus untuk budidaya ikan air tawar [12]. Sumber daya alam yang potensial ini perlu terus dikembangkan secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membuka lapangan kerja [13]. Selain itu hasil budidaya dapat dijadikan olahan makanan hal ini akan membuka peluang lapangan kerja baru melalui lahirnya UMKM baru.

Mitra P2MKP Tambakan adalah kelompok pembudidaya ikan dan pelatihan di bidang kelautan dan perikanan yang beralamat di Kp. Tambakan, Rt.003 Rw.002 Desa Bugel, Kecamatan Padarincang, Kabupaten Serang, Banten. Mitra memiliki 10 anggota diketuai oleh Aceng Jejen. P2MKP memiliki peran sebagai wadah bergabungnya para pembudidaya dan berperan

besar mengembangkan SDM kelompok pembudidaya ikan di Desa Bugel melalui pelatihan dan pendampingan. Selain itu P2MKP Tambakan juga menampung hasil budidaya ikan dari pembudidaya perorangan/ kelompok Desa Bugel untuk dipasarkan.

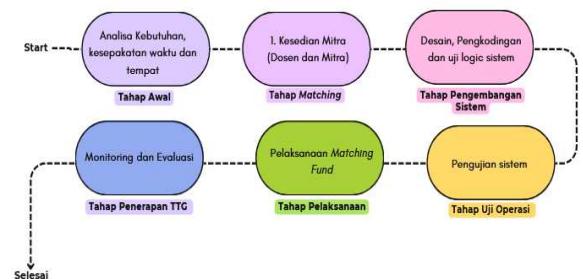
Berdasarkan hasil diskusi dan kunjungan langsung ke mitra, terdapat masalah yang dihadapi yaitu kondisi ekonomi pasca pandemi berdampak terhadap pembudidaya ikan air tawar terutama pembudidaya Desa Bugel, Kecamatan Padarincang yaitu: Menurunnya penjualan benih ikan air tawar dan ikan konsumsi. Penjualan benih ikan air tawar menurun hingga 80 % sedangkan ikan air tawar konsumsi menurun hingga 60%. Kondisi saat ini sistem pemasaran hanya mengandalkan informasi mulut ke mulut, status *whatsapp* sehingga akses pasar sangat terbatas (sistem konvensional).

Berdasarkan dari permasalahan pokok diatas solusi yang ditawarkan adalah mengembangkan sistem *e-commerce* untuk pemasaran dan penjualan hasil budidaya ikan Desa Bugel dan pelatihan *branding* [14]. Dengan adanya sistem pemasaran berbasis digital bisnis budidaya Ikan mitra menjangkau konsumen di luar Kabupaten Serang [15].

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan Agustus s/d Oktober 2024. Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan beberapa metode pendekatan bertujuan untuk memberikan dampak bagi masyarakat. Metode yang kami gunakan yaitu pendekatan institusional, pendekatan partisipatif, metode diskusi dan pelatihan [16][17]. Sasaran PKM ini adalah Mitra, Kelompok pembudidaya ikan (POKDAKAN) P2MKP, dan Masyarakat di Desa Bugel.

Tahapan pelaksanaan melalui beberapa tahapan yaitu mulai dari tahap awal hingga tahap penerapan Teknologi Tepat Guna. Berikut tahapan pelaksanaan dapat dilihat secara jelas pada Gambar 1.



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

Tahap awal

Kegiatan dimulai dari komunikasi awal perizinan, penyusunan proposal berupa identifikasi masalah analisis situasi mitra. Langkah ini penting untuk memastikan kesiapan dan kesesuaian antara program dan kondisi di lapangan. Gambar 2 merupakan dokumentasi dari diskusi dengan mitra.



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 2. Diskusi bersama mitra

Tahap matching

Pada tahap ini dilakukan penjajakan kesediaan mitra, baik dari pihak dosen pelaksana maupun mitra sasaran. Komitmen kedua belah pihak sangat krusial sebagai dasar keberlanjutan implementasi program.

Tahap Pengembangan Sistem

Tahap ini proses pengembangan sistem *e-commerce* meliputi pengkodingan dan uji logic sistem [18] .

Tahap Pengujian Sistem

Sistem yang telah dibangun kemudian memasuki tahap pengujian, untuk memastikan bahwa sistem berjalan sesuai dengan fungsinya dan dapat digunakan secara optimal oleh mitra.

Kegiatan Matching Fund

Tahapan ini proses pengenalan dan pelatihan penggunaan sistem terhadap mitra. Pada tahap ini, program dijalankan secara nyata di lapangan sesuai dengan rencana kerja yang telah disepakati.

Monitoring dan Evaluasi

Mengevaluasi kegiatan telah terlaksana dan sesuai dengan tujuan awal program pengabdian sesuai harapan. Memonitoring diterapkannya aplikasi *e-commerce* apakah sudah sesuai dengan kebutuhan mitra, kelompok pembudidaya ikan dan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian menghasilkan produk jadi aplikasi *e-commerce* berbasis website. Memberikan dampak baik *softskill* dan *hardskill* melalui pelatihan yang dilakukan. Berikut hasil penerapan *e-commerce* dengan alamat www.tambakanfish.com

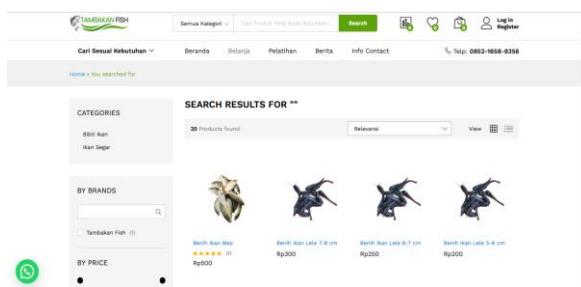
Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan *E-commerce* tambakanfish.com



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 3. Halaman Beranda

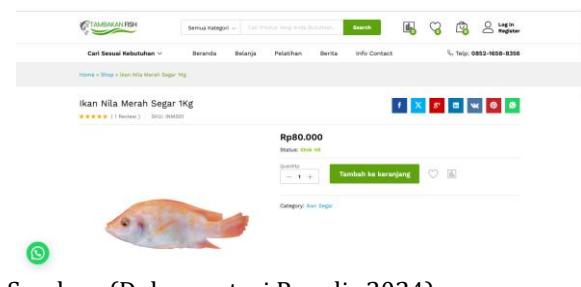
Gambar 3 merupakan tampilan halaman beranda memberikan informasi berisi kategori produk, berita, produk dan lokasi.



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 4. Halaman Belanja

Gambar 4 tampilan dari halaman belanja, halaman belanja merupakan halaman khusus yang menampilkan daftar produk yang tersedia untuk dijual.



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 5. Halaman Detail Produk

Gambar 5 adalah halaman detail produk berisi informasi penting seperti nama produk, deskripsi, harga, ulasan pelanggan, dan opsi pembelian.

Setelah sistem *e-commerce* berhasil dikembangkan, langkah berikutnya adalah mensosialisasikannya kepada mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan mitra memahami cara kerja sistem, manfaat yang ditawarkan serta fitur fitur yang ada dalam sistem tersebut. Gambar 6 menunjukan kegiatan sosialisasi sistem *e-commerce* kepada mitra.



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 6. Sosialisasi dan Pelatihan E-Commerce tambakanfish.com

Pelatihan Foto *Branding* Produk

Selanjutnya kami memberikan pelatihan kepada mitra dalam mengambil foto produk menggunakan foto box, dengan tujuan meningkatkan kualitas visual produk mereka dan memperkuat strategi branding untuk menarik perhatian pelanggan. Gambar 7 merupakan kegiatan pelatihan foto produk untuk kebutuhan *branding*.



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 7. Pelatihan *Branding* Produk

Untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap materi pelatihan, khususnya

terkait penggunaan e-commerce dan teknik pengambilan foto produk, telah diberikan kuesioner sebagai instrumen evaluasi. Hasil kuesioner yang ditampilkan pada Tabel 2 menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan.

Tabel 2. Hasil Kuisioner

Aspek yang Dinilai	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Peningkatan (%)
Pemahaman tentang penggunaan e-commerce, dan teknik pengambilan foto produk	51,5	85,1	65%

Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Berdasarkan Tabel 2, sebelum pelatihan dilakukan rata-rata skor pemahaman mitra berada pada angka 51,5. Setelah pelatihan, skor tersebut meningkat menjadi 85,1, yang berarti terjadi peningkatan sebesar 65%. Peningkatan pemahaman ini selanjutnya tercermin pada performa penjualan hasil budidaya ikan yang diukur selama periode September hingga November 2024.



Sumber: (Dokumentasi Penulis,2024)

Gambar 8. Hasil Penjualan September - November 2024

Berdasarkan data penjualan yang disajikan pada Gambar 8, diketahui bahwa terdapat tren positif dalam hal pendapatan (omzet) setelah pelatihan. Pada bulan Oktober, terjadi peningkatan omzet sebesar 12% dibandingkan bulan sebelumnya, disusul dengan peningkatan sebesar 18% pada bulan November. Peningkatan ini mencerminkan bahwa mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga mampu

mengimplementasikannya secara efektif dalam praktik usaha, misalnya melalui pemanfaatan e-commerce dan peningkatan kualitas tampilan produk melalui fotografi yang lebih baik. Namun demikian, meskipun omzet meningkat, jumlah ikan yang terjual pada bulan November justru menurun sebesar 26,06% dibandingkan Oktober, dari 37.600 ekor menjadi 27.800 ekor. Hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan pendapatan tidak hanya dipengaruhi oleh volume penjualan, tetapi juga oleh harga jual per unit yang lebih tinggi, yang mungkin disebabkan oleh strategi pemasaran yang lebih efektif pascapelatihan. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif tidak hanya pada aspek kognitif mitra, tetapi juga pada performa ekonomi usahanya secara nyata.

KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian ini berhasil mengembangkan *e-commerce* berbasis web dengan halaman www.tambakanfish.com. Terlaksananya sosialisasi dan pelatihan penggunaan *e-commerce* yang telah dikembangkan. Setelah dilakukan pelatihan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mitra terhadap penggunaan sistem *e-commerce* dan teknik pengambilan foto produk. Sebelum pelatihan, nilai rata-rata pemahaman berada di angka 51,5, setelah pelatihan, nilai tersebut naik menjadi 85,1, menunjukkan efektivitas program pelatihan dalam meningkatkan kompetensi mitra. Adanya peningkatan omzet penjualan dibulan Oktober sebesar 12%, kemudian dibulan November 18 %.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] KKP, "Produksi Perikanan Budidaya Kabupaten Serang." Accessed: Mar. 12, 2024. [Online]. Available: https://statistik.kkp.go.id/home.php?m=prod_ikan_budidaya_kab#p
- [2] K. Nurjaman, "Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia," *Jurnal Abdimas Peradaban*, vol. 3, no. 1, 2022, doi: 10.54783/ap.v3i1.6.
- [3] Dinas Komunikasi Dan Informatika Tuban, "Pengguna Internet Indonesia Paling Banyak Usia Berapa." Accessed: Mar. 12, 2024. [Online]. Available: https://diskominfo.tubankab.go.id/entry/pe_ngguna-internet-indonesi-paling-banyak-usia-berapa
- [4] A. Kristiyanto, I. Rohmawati, and E. Fahrudin, *Pengantar Teknologi Informasi*. Tangerang

- Selatan: Unpampress, 2022. Accessed: Dec. 04, 2023. [Online]. Available: https://scholar.google.com/citations?view_o_p=view_citation&hl=id&user=k2LTxX4AAAAJ&citation_for_view=k2LTxX4AAAAJ:IjCSPb-OGe4C
- [5] N. S. Ristianti, N. Bashit, K. T. Martono, and D. Ulfiana, "Digitalisasi Ekonomi UMKM sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Berkelanjutan di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Surya Masyarakat*, vol. 5, no. 2, 2023, doi: 10.26714/jsm.5.2.2023.137-150.
- [6] Shadiq, Teuku Fajar, et al. "Menggapai Loyalitas Pengguna Jasa Grab: Efek Harga Dan Kualitas Pelayanan." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7.5 (2024): 1178-1187.
- [7] Wijaya, Gede Crisna, et al. "Dinamika Pertanian Berkelanjutan: Inovasi dan Kolaborasi untuk Kesejahteraan Petani." (2024).
- [8] M. R. Sampebua and I. J. Suyono, "E-Commerce Papua Tani sebagai Marketplace Hasil Pertanian Distrik Skanto Kabupaten Keerom Papua," *Jurnal Surya Masyarakat*, vol. 4, no. 2, 2022, doi: 10.26714/jsm.4.2.2022.169-174.
- [9] N. A. Solikhah, S. Fitriana, and V. Maarif, "Pemanfaatan E – Commerce Untuk Umkm Di Desa Pasir Wetan Kabupaten Banyumas," *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, vol. 5, no. 1, 2023, doi: 10.33480/abdimas.v5i1.4131.
- [10] M. R. Roosdhani, A. Ali, and M. Sholahuddin, "Pemberdayaan Dan Pendampingan E-Commerce Umkm Desa Kriyan Kecamatan Kalinyamat Kabupaten Jepara," *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, vol. 5, no. 2, 2023, doi: 10.33480/abdimas.v5i2.4649.
- [11] Dinas Perikanan Kabupaten Serang, "Pengembangan Sentra Perikanan Budidaya." Accessed: Mar. 12, 2024. [Online]. Available: <https://diskan.serangkab.go.id/baca/berita/pengembangan-sentra-perikanan-budidaya>
- [12] A. Kristiyanto, F. K. Fikriah, R. Inkiriwang, and Z. Andriansah, "Monitoring dan Klasifikasi Kualitas Air Kolam Ikan Gurami Berbasis Internet of Things Menggunakan Metode Naive Bayes," *Jurnal Komtika (Komputasi dan Informatika)*, vol. 7, no. 2, pp. 155-167, Nov. 2023, doi: 10.31603/komtika.v7i2.10200.
- [13] Suwandi, Suwandi, et al. "Pengoptimalan Strategi Harga Dalam Industri Gula Aren: Pendekatan Process Costing." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7.5 (2024): 1511-1520.
- [14] N. Puspitasari et al., "Pelatihan Aplikasi E-Commerce Kepada Pelaku UMKM Sebagai Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kota Samarinda Di Kecamatan Sungai Kunjang," *Jurnal Pengabdian Siliwangi*, vol. 8, no. 1, pp. 24-29, 2022.
- [15] D. R. Biaga, "Perancangan Dan Pengembangan E-Commerce Penjualan Ikan Teri Sibolga," *Jurnal Multimedia dan Teknologi Informasi (Jatilima)*, vol. 4, no. 02, 2022, doi: 10.54209/jatilima.v4i02.327.
- [16] D. A. Sangian, S. Dengo, and J. D. Pombengi, "Pendekatan Partisipatif dalam Pembangunan di Desa Tawaang Kecamatan Tengah Kabupaten Minahasa Selatan," *Kumpulan Penelitian Dosen*, no. 5, 2018.
- [17] B. Silaban, A. Suharto, M. H. Mubarok, V. Hanitha, Suhendri, and D. Yana, "Pengembangan Kewirausahaan Melalui Digitalisasi UMKM di Kampung Sejahtera Mandiri, Teras Pancasila, Kelurahan Karang Tengah, Tangerang," *J Chem Inf Model*, vol. 2, no. 1, 2022.
- [18] R. I. Handayani, T. Kristiana, S. Setiaji, H. Listyaningrum, and S. Aprilia, "PENERAPAN Inovasi Digital Pemasaran Untuk Peningkatan Omzet Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga Pkk Kelurahan Ragunan," *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, vol. 6, no. 2, pp. 144-150, Oct. 2024, doi: 10.33480/abdimas.v6i2.5955.