



# Strategi pemasaran klaster lobster dan ikan kerapu berbasis teknologi *E-commerce* di Kepulauan Barrang Caddi

Abd. Rahman Patta<sup>1</sup>, Hasrul Bakri<sup>2</sup>, Suharto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

**Abstract.** The purpose of this activity were 1) farmers cultivating lobster and grouper can apply transfer payment models are supported with the features of the *e-commerce application*; 2) utilize the application *e-commerce* farmers cultivating lobster and grouper so it can be more efficient and effective in increasing the farmers income through services and results; 3) the availability of information on production, services and prices of lobster and groupers in *real time* can be accessed by hotel, restaurant, supermarket, local buyers, local businessmen, and exporters; 4) to form broader communities of lobster and grouper sellers. The methods used in this Community Partnership program covered discussions, lectures, demonstrations, simulations and evaluations. The output targets in this program were 1) *E-commerce* application management training for lobster marketing and lobster exports; 2) Lobster Farmers and Grouper Farmers can provide Lobster and Fish Shipping Services (JPLI) from sea to land using boats at certain rates; 3) Lobster and Grouper Farmers can be the service providers for entrepreneurs; 4) Ordering and purchasing lobsters and groupers by hotel, restaurant, and supermarket entrepreneurs, local buyers, local collectors, and exporters can be directly to lobster cultivation farmers through *e-commerce*; 5) Hotel businessmen, restaurants, and supermarkets, local buyers, collectors local, and exporters can order lobsters and groupers before harvest through *e-commerce*; 6) Lobster and grouper cultivation can determine the Minimum Price of Lobster and Grouper Auction (HMLB) to hotel, restaurant and supermarket entrepreneurs, local buyers, local collectors, and exporters through *e-commerce applications*; and 6) Farmers Aquaculture Lobster and grouper can cooperate to hotel businessmen, restaurants and supermarkets, local buyers, local collectors and exporters through *e-commerce applications*.

**Keywords:** e-commerce applications, lobster and fish shipping services (JPLI), real time

## I. PENDAHULUAN

Banyak petani budidaya lobster dan ikan kerapu di Kepulauan Barrang Caddi Kecamatan Sangkarrang Kota Makassar mengalami kendala dalam hal pemasaran hasil budidaya mereka, hal ini menjadi masalah besar karena biaya operasional pengolahan budidaya kerapu dan lobster besar sekali terutama dari sisi biaya pakan, biaya transportasi dari tempat ke budidaya yang mahal serta waktu tunggu yang lama setelah selesai masa panen

karena butuh biaya tambahan untuk operasional lobster dan ikan kerapu.

Petani budidaya lobster dan ikan kerapu yang rendah pengetahuan dari segi manajemen pengelolaan budidaya lobster dan Perkembangan IPTEK untuk dunia pemasaran perlu mendapat perhatian khusus dalam rangka peningkatan usaha kecil menjadi industri berskala besar dibidang budidaya. Petani budidaya lobster dan ikan kerapu merupakan salah satu daya saing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) oleh sebab itu diperlukan suatu promo tentang wilayah Sulawesi Selatan menarik investor lokal maupun investor asing guna investasi di bidang maritim khususnya budidaya lobster dan ikan kerapu menjadi unggulan ekspor. Strategi pemasaran yang tepat diperlukan untuk lebih mengenalkan petani budidaya lobster dan ikan kerapu di Kepulauan Barrang Caddi Kecamatan Sangkarrang Kota Makassar yang menjadi salah satu produk unggulan daerah agar dikenal di seluruh Indonesia khususnya Sulawesi Selatan.

Perkembangan teknologi *e-commerce* saat ini tepat untuk diimplementasikan guna menarik para pembeli di luar negeri dan pemasok lobster agar mau membeli lobster dan ikan kerapu hasil budidaya di Kepulauan Barrang Caddi. Pemasaran lobster dan ikan kerapu yang masih bersifat lokal dan melalui lisan dirasa kurang efektif untuk mampu bersaing di era perdagangan dunia saat ini. Dalam menu-menu dari aplikasi *e-commerce* didesain agar membuat tampilan *website* menjadi semakin interaktif dan mengikuti perkembangan transaksi *online* serta menu maupun fungsi dapat menyampaikan informasi tentang jenis lobster dan ikan kerapu.

Petani budidaya lobster dan ikan kerapu merupakan salah satu usaha yang paling menguntungkan untuk dijadikan sebuah usaha sebagai upaya meningkatkan taraf hidup dan pendapatan masyarakat Pulau Barrang Caddi secara umum. Usaha ini jika dilihat semakin hari semakin dicari, hal ini dikarenakan hasil yang didapat dari budidaya 4 kali keuntungan dari modal awal yang membuktikan keuntungan yang berlipat ganda.



Gambar 1. Tempat budidaya lobster dan ikan kerapu

Berdasarkan data wawancara dan survei awal pada tanggal 21-23 Mei 2017 para petani budidaya lobster (Kelompok Budidaya Bajiminas) di Kepulauan Barrang Caddi dimana yang diketuai oleh Pak Yusuf berikut kutipan ketua dan salah satu anggota budidaya “Saya mewakili teman-teman ini, bahwa kami mengalami kendala dalam hal pemasaran hasil budidaya dan yang kedua kami kurang sekali paham tentang bagaimana budidaya lobster, yang kami lakukan hanya pengalaman dari teman-teman dan melihat secara langsung kegiatan proses pembudidayaan lobster kemudian dipraktikkan, kami berharap disini ada sosialisasi, ada penyuluhan, ada bantuan yang dilakukan oleh pemerintah atau oleh orang yang ahli membudidayakan lobster, atau semacamnya untuk mengatasi masalah kami, hal ini sangat penting untuk meningkatkan nilai tambah pengetahuan kami yang masih dirasa sangat kurang”.

Menurut Bapak Azis Dg.Raga pelaku sekaligus ketua kelompok budidaya ikan sherlimars yang diwawancarai pada tanggal 23 Mei 2017 jam 10 WITA di tempat budidaya Kepulauan Barrang Caddi Kecamatan Sangkarrang Kota Makassar mengatakan “teman-teman petani budidaya disini banyak yang tidak tahu pemasaran, teknologi penjualan, ilmu pengolahan budidaya ikan, penyakit ikan, hama, dan kotoran ikan yang kami harapkan ilmu dapat memperbaiki masalah-masalah yang sering kami hadapi sekarang, juga keterbatasan kemampuan kelola, modal usaha, bahan pembuatan jaring untuk budidaya, dan teknik pembuatan. Harapan saya mohon bantuannya di adakan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosialisasi, penyuluhan sekitar masalah-masalah budidaya lobster dan ikan kerapu”

*E-commerce* merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorangpun yang mengetahui jelas pengertian dari *e-commerce* tersebut. Berikut akan dipaparkan pengertian *e-commerce* menurut para ahli: a. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses

bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* untuk membeli dan menjual produk. Asropudin, Pipin (2013).

Namun, sistem layanan *e-commerce* ini memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pelayanannya, kelebihan itu menjadi keuntungan dan kekurangan menjadi kerugian bagi perusahaan dan pelanggan yang bersangkutan. Beberapa keuntungan/manfaat bagi perusahaan yang pelayanannya menggunakan sistem *e-commerce*, yaitu: a) tidak memerlukan modal yang besar; b) lebih efisien dan efektif; c) proses transaksi lebih mudah dan cepat; d) efisien tenaga kerja; e) pangsa pasar luas (tidak terbatas oleh ruang dan waktu); f) tidak diperlukan perusahaan mediator; g) membuka jaringan bisnis global; h) kualitas dan harga yang kompetitif; serta i) memacu kreatifitas dan inovasi (Triton, 2010).

Menurut Shely Cashman (2007), *E-commerce* atau kependekan dari elektronik *commerce* (perdagangan secara electronic), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.

Menurut Jony Wong (2010), pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet. Istilah *e-commerce* disebut juga dengan *e-com*, *em-merce*, dan *EC*, yang berarti pertukaran informasi bisnis yang rutin dengan menggunakan *transmisi electronic data interchange* (EDI), *email*, *electronic bulletin boards*, *faximile*, dan *elektronik founds transfer* (EFT) yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di internet shopping, stok online, surat obligasi, download, penjualan barang lunak (software, dokumen, grafik, musik dan lainnya), serta dilakukan dengan transaksi *business to business* (Wahana, 2006:10).

Layanan *e-commerce* memiliki tiga aspek, yaitu perdagangan, fungsi bisnis, dan kerjasama. Model layanan bisnis *e-commerce* dilakukan dengan metode melakukan usaha yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup (Ahmadi, 2013). Menurut Suyanto (2013), pada lembaga nirlaba, seperti lembaga akademis, organisasi keagamaan, organisasi sosial, dan lembaga pemerintahan menggunakan berbagai tipe transaksi *e-commerce*, tujuannya untuk mengurangi biaya dalam meningkatkan layanan publik, hal tersebut disebut dengan *non-business e-commerce*. Menurut Nugroho (2006), perdagangan sistem elektronik menawarkan kepada perusahaan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang. Dengan sistem *e-commerce* tidak hanya membuka pasar baru bagi produk dan/atau jasa yang

ditawarkan, tetapi juga mempermudah perusahaan melakukan bisnis baru yang dapat memberikan manfaat lebih bagi konsumen.

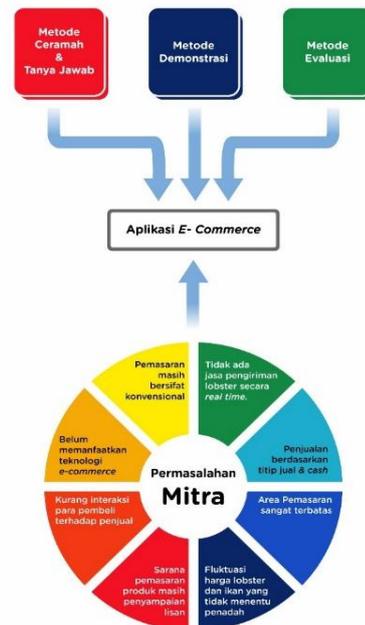
Dari uraian berdasarkan pada analisis situasi pada kedua mitra maka dapat diidentifikasi permasalahan mitra yang harus diatasi adalah :

1. Pemasaran masih bersifat konvensional.
2. Tidak ada jasa pengiriman lobster secara *real time*.
3. Penjualan berdasarkan titip jual dan *cash*.
4. Belum memanfaatkan teknologi *e-commerce*.
5. Sarana pemasaran produk masih bersifat penyampaian lisan.
6. Pengetahuan pemasaran dan Area pemasaran sangat terbatas (lokal).
7. Kurang interaksi para pembeli terhadap penjual.
8. Fluktuasi harga lobster dan ikan yang tidak menentu dari penadah.

## II. METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan untuk memecahkan permasalahan kedua mitra adalah dengan melakukan kegiatan workshop perencanaan, pengelolaan dan pemeliharaan aplikasi *e-commerce* bagi petani budidaya lobster dan ikan kerapu yang memiliki potensi usaha kecil untuk maju dan berkembang. Tim Pengabdian akan melakukan pendampingan implementasi penguasaan perencanaan, pengelolaan, dan pemeliharaan aplikasi *e-commerce* di wilayah kedua mitra. Berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka digunakan beberapa metode, yaitu:

- a. Metode Tanya Jawab; Metode ini digunakan untuk mengetahui pengetahuan secara umum petani budidaya lobster terhadap aplikasi dan teknologi pendukungnya.
- b. Metode Ceramah Metode ini digunakan pada saat penyajian materi-materi yang berbentuk pengetahuan dan pemahaman teoritis tentang perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*), internet, sms gateway, pemasaran *online*, serta *maintenance* yang bisa dilakukan.
- c. Metode Demonstrasi: digunakan untuk memberikan dan memperagakan langkah-langkah serta keberhasilan dari fungsi-fungsi aplikasi *e-commerce* yang telah diimplementasikan atau *online*.
- d. Metode evaluasi: melakukan pendampingan untuk melihat penguasaan pengoperasian aplikasi *e-commerce* dan perawatan aplikasi *e-commerce*.

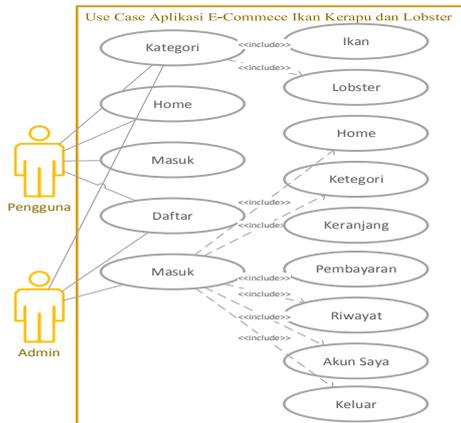


Gambar 2. Metode dan solusi yang ditawarkan

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai berdasarkan observasi dan pendampingan pelaksanaan kegiatan bahwa Nelayan di kedua mitra tersebut adalah: (1) telah mampu mengoperasikan dan mengelola fitur-fitur yang ada pada Aplikasi *E-commerce* yang terdiri dari keranjang, pembayaran, kategori, riwayat, dan home yang dapat memotivasi nelayan untuk meningkatkan hasil tangkapan dan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan nelayan pada bidang teknologi khususnya penjualan hasil tangkapan. (2) Petani budidaya lobster dan ikan kerapu telah menjadi barometer keberhasilan penerapan Aplikasi *E-commerce*. (3) Petani budidaya lobster dan ikan kerapu telah menjadikan aplikasi *e-commerce* yang berfungsi sebagai wadah untuk dapat melakukan proses transaksi jual beli antara nelayan dan pembeli. (4) Aplikasi *e-commerce* telah diimplementasikan secara *online* dengan kapasitas data 2 Gb.

Pada aplikasi *E-Commerce* semua kegiatan penjualan yang bersifat tradisional telah tersedia. Admin pada nelayan dapat melihat atau memonitoring jumlah transaksi baik harian maupun bulanan.



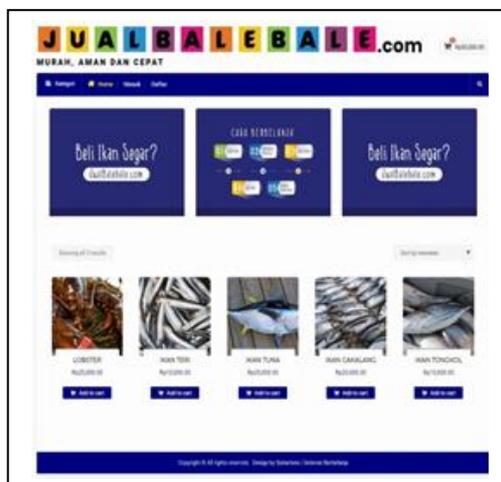
Gambar 3. Diagram use case aplikasi e-commerce



Gambar 4. Pembukaan workshop



Gambar 5. Penjelasan aplikasi e-commerce



Gambar 6. <http://www.jualbalebale.com>

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan di Pulau Barang Caddi Kelurahan Sangkarrang Kota Makassar yang melibatkan dua kelompok nelayan, maka kami mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Aplikasi *e-commerce* telah menyediakan sistem untuk transaksi secara *online*. Kemampuan petani budidaya lobster dan ikan kerapu dalam mengoperasikan aplikasi *e-commerce* untuk pemasaran, transaksi rata-rata 70%, serta pengetahuan area pemasaran tidak terbatas karena sudah bersifat *online*.
2. Petani budidaya lobster dan ikan kerapu setiap saat menyediakan informasi hasil tangkapan kepada para pembeli melalui media aplikasi *e-commerce* yang dioperasikan oleh admin.
3. Dengan langsung praktek memanfaatkan aplikasi *e-commerce* maka petani budidaya lobster dan ikan kerapu setiap saat dapat melakukan update hasil tangkapan atau budidaya untuk dijual atau pada waktu luang untuk mengupload.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Hermawan. 2013. E-Business & E-Commerce. Yogyakarta: Andi
- Asropudin, Pipin. 2013. Kamus Teknologi Informasi. Bandung: Titian Ilmu
- ELCOM. 2013. Dreamweaver CS6. Yogyakarta: Andi.
- Isa, Irwan. 2012. Reengineering Sistem Informasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jony Wong. 2010. Internet Marketing For Beginners. , Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kadir, Abdul. 2008. Daftar Pemograman Web Dinamis Menggunakan PHP. Yogyakarta: Andi.
- Kristanto, Andri. 2008. Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.
- Nugroho. 2006. Prilaku Konsumen. PT. Kharisma Putra Utama
- Priyadi, Yudi. 2014. Kolaborasi SQL dan ERD dalam Implementasi Database. Yogyakarta: Andi.
- Saputra, Agus. 2013. Membangun Aplikasi Toko Online dengan PHP dan SQL Server. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sukanto dan Shalahuddin. 2013. Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek. Bandung: Informatika.
- Sutabri, Tata. 2012. Analisis Sistem Infomasi. Yogyakarta: Andi.
- Suyanto. 2013. Strategi Periklanan Pada *e-Commerce* Perusahaan Top Duni. Yogyakarta: Andi.
- Triton PB. 2010. Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber. Yogyakarta: Argo Publisher.
- Yuhefizar. 2013. Membangun Toko Online Itu Mudah. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.