



## Pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak

Ika Putri Maharani, Lailatul Mufarrokha\*, Rah Tri Suryaningsih, Yolanda Mufida Hanum, Yudy Prasetyo, Eni Nurhayati

Universitas PGRI Delta, Sidoarjo, Indonesia

\*email Koresponden Penulis: [lailatulmufarrokha911@gmail.com](mailto:lailatulmufarrokha911@gmail.com)

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

**Diajukan:** 2024-05-16

**Diterima:** 2024-06-26

**Diterbitkan:** 2024-06-28



**Lisensi:** cc-by-sa

Copyright © 2024 Penulis

### ABSTRAK

Peningkatan signifikan dalam penjualan produk dapat dikaitkan dengan strategi pemasaran berbasis digital marketing. Oleh karena itu diperlukan sosialisasi bagi masyarakat yang tidak mengikuti perkembangan teknologi di bidang digital marketing. Kegiatan sosialisasi ditujukan kepada tiga pemilik budidaya tambak di Desa Permisan, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo. Tujuan sosialisasi dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik budidaya tambak dalam bidang digital marketing melalui E-katalog melalui website Ecwid berkaitan dengan produk hasil budidaya tambak. Hasil budidaya tambak diantaranya adalah ikan mujair, ikan bandeng dan udang windu yang menjadi komoditas utama budidaya tambak di Desa Permisan. Metode yang digunakan pada kegiatan artikel ini adalah asset based comunity development (ABCD) yaitu pendekatan, perencanaan program, dan implementasi program. Hasil pengabdian masyarakat ini dapat membantu pemilik budidaya tambak dalam meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran ke berbagai daerah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan E-katalog melalui website Ecwid merupakan strategi digital marketing yang efektif dan efisien. Hasil sosialisasi menunjukkan peningkatan penjualan produk budidaya tambak yaitu Abdul Qodir (33%), Samsul Arif (25%), dan Mislan (34%).

**Kata Kunci:** e-katalog; budidaya tambak; website ecwid

### Cara mensitasi artikel:

Maharani, I. P., Mufarrokha, L., Suryaningsih, R. T., Hanum, Y. M., Prasetyo, Y., & Nurhayati, E. (2024). Pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 478–488. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22029>

## PENDAHULUAN

Budidaya tambak menjadi sektor utama dalam pertumbuhan ekonomi di Sidoarjo. Tambak merupakan kolam yang dibangun di daerah pasang surut dan digunakan untuk memelihara bandeng, udang laut dan hewan air lainnya yang biasa hidup di air payau (Malik et al., 2018). Sedangkan budidaya tambak merupakan upaya pengembangan produksi komoditas ikan air payau. Selain itu, salah satu wilayah Sidoarjo yang terkenal dengan budidaya tambaknya yaitu desa Permisan kecamatan Jabon. Hal ini dikarenakan wilayah Sidoarjo merupakan wilayah yang berbatasan dengan laut Jawa. Letak geografis ini menjadikan wilayah Sidoarjo sangat strategis untuk kegiatan perikanan dan perdagangan laut. Terlebih

lagi kabupaten Sidoarjo menjadi penghasil perikanan terbesar keempat di Jawa Timur, salah satu potensi yang terkenal adalah potensi budidaya tambak (Ristuningarum, 2019).

Budidaya tambak di Desa Permisian saat ini memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah dengan berbagai jenis ikan, seperti ikan mujair, bandeng dan udang telah dibudidayakan oleh masyarakat desa Permisian. Selain itu, budidaya ikan tambak juga memberikan sumber mata pencaharian bagi masyarakat sekitar. Terlebih lagi sektor ini mengalami perkembangan yang cukup pesat baik dari segi produktivitas hasil budidaya maupun segi pemasaran. Oleh karena itu, pertumbuhan ilmu teknologi sangat membantu pemasaran bagi pemilik tambak untuk pemasaran hasil produksi budidaya tambak. Contohnya dapat dilihat pada banyaknya aplikasi E-commerce yang bisa digunakan oleh semua kalangan masyarakat. E-commerce telah dikembangkan untuk membuat bisnis tradisional lebih efisien, mudah dan lebih cepat (Pelipa & Marganingsih, 2020). Hal tersebut dapat menguntungkan bagi pemilik tambak dalam menjangkau konsumen dari berbagai daerah sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran. Namun, pada kenyataannya pemilik tambak masih buta terhadap ilmu teknologi. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan ilmu pemasaran yang berbasis digital pada era teknologi ini. Terlebih lagi, permasalahan utama UMKM saat ini adalah kemampuan teknologi, kualitas sumber daya manusia, akses pemasaran, akses permodalan dan kualitas produk (Asri, 2018). Berdasarkan permasalahan tersebut yang menyebabkan pemilik tambak kesulitan dalam meningkatkan pemasaran produk untuk menarik konsumen. Dalam hal ini pemilik tambak harus dapat mengembangkan kemampuannya di bidang digital marketing. Hal ini dikarenakan digital marketing yang interaktif dan terintegrasi memudahkan produsen, perantara pasar, dan calon konsumen untuk saling berinteraksi (Aditya & Rusdianto, 2023)

E-Katalog adalah layanan website online pembuatan katalog produk yang berisi informasi produk atau jasa, spesifikasi harga, jenis produk dari penjual. Selain itu, menurut (Diani & Lubis, 2022), katalog elektronik adalah suatu sistem berupa daftar, jenis, spesifikasi teknis, harga barang, yang dituangkan dalam suatu daftar dan mudah diakses secara digital. E-katalog memiliki empat jenis, yaitu E-Katalog Nasional, E-Katalog Sektoral, E-Katalog Daerah, E-Katalog Swasta. E-katalog memiliki banyak manfaat bagi UMKM atau biasa disebut dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, diantaranya: Meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar, yakni pada katalog online dan offline dapat menjangkau calon pelanggan yang lebih luas, atau pelanggan yang tidak familiar pada produk yang digunakan dan meningkatkan citra profesional UMKM untuk membangun kepercayaan pelanggan. Contoh website E-katalog yang dapat digunakan oleh pemula adalah website Ecwid. Ecwid dikenal karena integrasinya yang mudah dengan situs web yang sudah ada, sehingga cocok untuk bisnis yang ingin menambahkan ecommerce secara fungsional ke kehadiran online mereka saat ini (Esteban, 2023). Ecwid memiliki berbagai fitur yang menunjang membuat toko online yang menarik termasuk fitur E-katalog.

E-katalog yang informatif dapat membandingkan produk maupun harga pada pemasaran Sehingga dapat dijadikan sebagai promosi penawaran khusus dan diskon untuk menarik pelanggan baru yang dapat membeli produk UMKM dan meningkatkan kemungkinan penjualan UMKM. Berdasarkan pendapat dari (Alfandi et al., 2023), membahas tentang manfaat utama yang diberikan oleh penggunaan e-katalog dalam bisnis sangat beragam. Pertama-tama, e-katalog berfungsi sebagai alat promosi yang kuat, memungkinkan perusahaan untuk memamerkan produk dan jasanya kepada publik. Selain itu, e-katalog dapat bermanfaat untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional yakni untuk mempermudah pada proses pemesanan dan pengantaran produk secara online, sehingga meningkatkan efisiensi dan menghemat waktu dan sumber daya UMKM. Seperti kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh (Nasyaa & Nurhayati, 2022). E-katalog berfungsi untuk meningkatkan performa pengadaan barang khususnya untuk perolehan tenaga kerja dan produk sehingga pembeli akan merasa lebih mudah untuk menentukan biaya, persyaratan angsuran, atau pengaturan yang berbeda melalui katalog elektronik tersebut. Selain itu, e-katalog lebih efektif karena dapat menghemat waktu karena membantu mempercepat akuisisi dengan penanganan sehingga efisiensi juga bisa meningkat.

Berdasarkan manfaat E-katalog tersebut mahasiswa menggunakan media E-katalog dalam membantu pemilik tambak meningkatkan pemasaran produk budidaya tambak berbasis digital di Desa Permisan, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo. Hal ini berdasarkan survei yang dilakukan oleh mahasiswa bahwa kemampuan pemasaran produk yang berbasis digital pada desa tersebut masih tergolong lemah. Pemilik tambak di Desa Permisan masih menggunakan metode pemasaran tradisional yang dijual secara langsung melalui metode Work of Mouth Marketing. Metode tersebut merupakan suatu proses pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut (Sulastri et al., 2023). Kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital pada pemilik tambak di Desa Permisan dikarenakan berada pada fase lanjut usia. Maka tujuan kegiatan pengabdian ini ingin membantu para pemilik tambak dalam mengembangkan pemasaran produk hasil budidaya tambak yang berbasis digital marketing dengan menggunakan media E-katalog melalui website Ecwid. Website ini merupakan salah satu website E-commerce yang memiliki fitur membuat E-katalog. Pengguna website Ecwid dapat memanfaatkan fitur tersebut untuk membuat E-katalog dengan mudah. Selain itu E-katalog yang dihasilkan dari website Ecwid ini dapat langsung dipromosikan melalui toko online dalam website Ecwid atau dipromosikan melalui platform E-commerce lainnya.

## **METODE**

Dalam artikel pengabdian masyarakat ini mahasiswa Universitas PGRI Delta Sidoarjo melakukan sosialisasi pemanfaatan E-katalog dalam mengembangkan metode pemasaran kepada para pemilik budidaya tambak. Lokasi sosialisasi pemanfaatan E-katalog berada di Desa Permisan, kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo. Sedangkan target pengabdian masyarakat dalam sosialisasi pemanfaatan E-katalog adalah tiga pemilik budidaya tambak yaitu bapak Abdul Qodir, bapak

Samsul Arif, dan bapak Mislan. Ketiga pemilik tambak tersebut merupakan masyarakat asli desa Permisan yang membudidayakan berbagai jenis ikan air payau sebagai mata pencaharian utama masyarakat desa Permisan.

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *Aset Based Community Development* (ABCD) memanfaatkan potensi lokal yang tersedia bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara mandiri yang berfokus pada masalah dan kebutuhan masyarakat. (Alfandi et al., 2023). Dengan melakukan berbagai kegiatan sebagai berikut: Pertama, pendekatan, dalam hal ini Mengadakan pertemuan dan berkomunikasi langsung dengan pemilik budidaya tambak terkait masalah-masalah yang dihadapi dalam menjual hasil produk budidaya tambak dan keterampilan dalam menggunakan teknologi yang ada. Dalam pendekatan ini tim menyampaikan maksud dan tujuan pengabdian Masyarakat dilakukan.

Langkah selanjutnya, Perencanaan Program Bersama dengan pemilik budidaya tambak, merancang program e-katalog berbasis digital marketing yang akan memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan rencana yang mencakup pembuatan serta strategi pemasaran berbasis digital marketing melalui website E-cwid untuk memasarkan produk hasil budidaya tambak. Selanjutnya, mengimplementasikan program sosialisasi kepada pemilik budidaya tambak untuk pemanfaatan E- katalog berbasis digital marketing dengan mengunggah informasi produk tambak dan memulai kampanye promosi melalui melalui website E-cwid.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, program pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing dapat membantu pemilik budidaya tambak untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka secara efektif melalui platform digital website E-cwid.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan metode di atas, mahasiswa memiliki beberapa program yang dilakukan dalam kegiatan sosialisasi pemanfaatan E-katalog melalui website Ecwid. Kegiatan sosialisasi dilakukan di Desa Permisan dengan mayoritas mata pencaharian penduduknya adalah budidaya tambak ikan di air payau. Pada tanggal 17 Mei 2024, mahasiswa melakukan kunjungan dalam rangka melakukan perijinan kegiatan sosialisasi pada lokasi budidaya tambak bapak Abdul Qodir, Samsul Arif, dan Mislan. Kegiatan sosialisasi pemanfaatan E-katalog berbasis digital pada budidaya tambak memiliki tiga program yaitu pengenalan E-katalog, sosialisai pemanfaatan E-katalog pada budidaya tambak, dan pendampingan pembuatan E-katalog melalui website Ecwid. Kegiatan Sosialisasi pemanfaatan E-katalog pada budidaya tambak dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan program pada tabel tersebut. Tahapan kegiatan sosialisasi tersebut dapat dijelaskan secara deskriptif di bawah ini:

Langkah pertama adalah melakukan sosialisasi pengenalan E-katalog dengan menggunakan website Ecwid. Sosialisasi pengenalan e-katalog dengan menggunakan website kepada ketiga pemilik tambak merupakan langkah penting untuk memperkenalkan dan mengedukasi mereka tentang manfaat dalam

penggunaan e-katalog untuk sebuah organisasi atau lingkungan bisnis yang sudah maju pada era ini, serta memperkenalkan kepada ketiga pemilik tambak cara menggunakan platform ini. Sosialisasi ini dilakukan karena mayoritas pemilik tambak tidak mengetahui tentang E-katalog yang berbasis digital marketing.

Pada tahapan pengenalan E-katalog, mahasiswa memberikan gambaran singkat mengenai E-katalog kepada ketiga pemilik tambak. Tahapan pengenalan E-katalog ini bertujuan agar ketiga pemilik tambak dapat mempertimbangkan menggunakan metode E-katalog ini terhadap pemasaran hasil budidaya tambak. Pada kegiatan ini mahasiswa menjelaskan pengenalan E-katalog melalui Power Point dengan penjelasan yang sangat sederhana agar ketiga pemilik budidaya tambak bisa menerima informasi dengan baik. Selain itu, mahasiswa mengenalkan website Ecwid yaitu media pembuatan E-katalog yang memuat informasi lengkap tentang produk atau layanan yang tersedia, termasuk harga, spesifikasi, dan detail lainnya untuk hasil budidaya tambak.

Pada tahapan selanjutnya adalah sosialisasi pemanfaatan E-katalog dalam pemasaran produk. Sosialisasi pemanfaatan E-katalog dalam pemasaran produk merupakan strategi penting untuk memperkenalkan kepada para pemilik tambak tentang manfaat menggunakan e-katalog sebagai alat yang dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk hasil budidaya tambak. Kegiatan ini juga mendiskusikan manfaat e-katalog melalui website ecwid yang memungkinkan konsumen mengakses informasi produk secara cepat dan efisien. Efisiensi ini dapat ditinjau dari peningkatan dalam mengelola dan memperbarui informasi secara real time sehingga distribusi produk hasil budidaya tambak akan menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan katalog fisik yang memerlukan biaya untuk pencetakan katalog.

Pada sosialisasi pemanfaatan E-Katalog, mahasiswa memberikan pemahaman kepada ketiga pemilik tambak sebagai upaya untuk menginformasikan manfaat E-katalog agar dapat diterima dan diterapkan dengan baik. Melalui kegiatan sosialisasi pemanfaatan E-katalog ini, ketiga pemilik tambak dapat terdorong untuk terlibat dan berpartisipasi dalam memperluas pemasaran hasil budidaya tambak secara online. Pemilik budidaya tambak dapat memanfaatkan media E-katalog melalui website Ecwid ini untuk memasarkan hasil budidaya tambak secara lebih luas. Hal ini dikarenakan media E-katalog ini dilakukan secara online agar dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah. Selain itu manfaat E-katalog ini dapat meningkatkan harga jual hasil budidaya tambak karena dapat menghindari ketergantungan pada tengkulak dan memperoleh harga yang lebih kompetitif dan adil. Hal ini dikarenakan aktivitas penjualan hasil budidaya tambak langsung dengan pihak ketiga atau pembeli. Melalui sosialisasi yang efektif dan berkelanjutan, ketiga pemilik tambak dapat memanfaatkan potensi penuh e-katalog sebagai alat strategis dalam pemasaran produk hasil budidaya tambak, memperluas jangkauan pasar mereka, dan meningkatkan daya saing di era digital saat ini.

Tahapan selanjutnya pada kegiatan ini yaitu pendampingan pembuatan e-katalog melalui website Ecwid dengan pemilik budidaya tambak. Pendampingan dalam pembuatan e-katalog melalui website ecwid ini merupakan langkah penting

dalam memastikan e-katalog yang dihasilkan sudah sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran bagi ketiga pemilik tambak di Desa Permisan. Pada kegiatan ini, mahasiswa akan membantu para pemilik tambak yaitu bapak Abdul Qodir, Samsul Arif, dan Mislan untuk membuat e-katalog melalui website ecwid. Ketiga pemilik tambak itu akan dipandu oleh mahasiswa langkah demi langkah sehingga dapat memudahkan mereka dalam mengenal pemasaran melalui e-katalog untuk memasarkan produk hasil budidaya tambak mereka. Para mahasiswa membantu ketiga pemilik tambak dalam merancang tata letak dan desain e-katalog di website ecwid sehingga dapat menarik bagi konsumen yang mengunjungi website tersebut.

Kegiatan pendampingan kepada ketiga pemilik tambak ini merupakan pendekatan yang terstruktur dan terkoordinasi yang dapat meningkatkan kesadaran mereka tentang teknologi pada era ini dan memanfaatkannya dengan lebih baik untuk memasarkan produk hasil budidaya tambak mereka. Pendampingan pembuatan e-katalog melalui website ecwid dapat memastikan kesuksesan implementasi dan optimalisasi e-katalog dalam mendorong strategi pemasaran dan produktivitas para pemilik budidaya tambak.

Dengan adanya kegiatan ini, ketiga pemilik tambak diharapkan dapat mengimplementasikan hasil dari sosialisasi yaitu pemanfaatan E-katalog melalui website Ecwid untuk memasarkan hasil budidaya tambak. Pada gambar di bawah ini merupakan sosialisasi pemanfaatan E-katalog melalui website Ecwid yang telah dilakukan kepada salah satu pemilik tambak di Desa Permisan yaitu bapak Abdul Qodir, Samsul Arif, dan Mislan.



**Gambar 1.** Sosialisasi dengan Bapak Samsul Arif

Gambar 1 menunjukkan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan tentang pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing untuk mengembangkan budidaya tambak di Desa Permisan. Kegiatan ini diselenggarakan oleh Universitas PGRI Delta Sidoarjo pada tahun 2024 dengan Bapak Samsul Arif sedang memperhatikan presentasi yang ditampilkan melalui sebuah laptop. Di belakang mereka terdapat sebuah banner yang menjelaskan tujuan kegiatan tersebut. Aktivitas ini bertujuan untuk membekali masyarakat desa, khususnya mereka yang terlibat dalam budidaya tambak, dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan

usaha mereka. Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat berbasis *asset based community development* (ABCD) yang mendorong optimalisasi potensi yang dimiliki oleh masyarakat setempat.



Gambar 2. Sosialisasi dengan Bapak Abdul Qodir

Gambar 2 menunjukkan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan terkait pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing untuk pengembangan budidaya tambak di Desa Permisian. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Universitas PGRI Delta Sidoarjo pada tahun 2024. Dalam gambar, terlihat mahasiswa dan Bapak Abdul Qadir yang terlibat dalam kegiatan ini yang menunjukkan sebuah laptop sementara di belakang mereka terdapat sebuah banner yang menjelaskan tentang tujuan kegiatan tersebut. Aktivitas ini tampaknya bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat desa, khususnya mereka yang terlibat dalam budidaya tambak, tentang pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha mereka. Hal ini selaras dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis aset lokal (ABCD) yang mendorong optimalisasi potensi yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Melalui sosialisasi dan penyuluhan ini, diharapkan masyarakat Desa Permisian dapat memanfaatkan e-katalog dan pemasaran digital untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha budidaya tambak mereka.



Gambar 3. Sosialisasi dengan Bapak Mislan

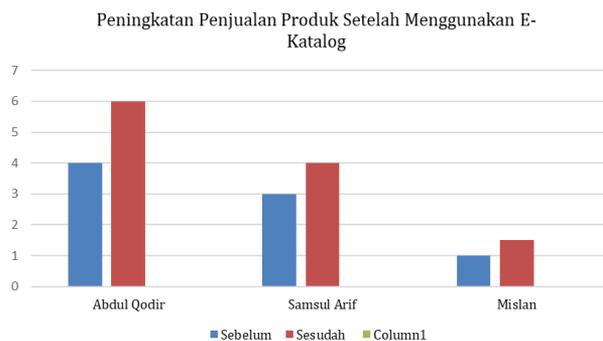
Gambar 3 menampilkan kegiatan sosialisasi terkait pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing untuk membangun budidaya tambak di Desa Permisan, yang dilakukan oleh Universitas PGRI Delta Sidoarjo dengan Bapak Mislan yang sedang berinteraksi di depan sebuah banner yang menjelaskan tentang tujuan sosialisasi tersebut. Para mahasiswa tampak menunjukkan sebuah laptop yang digunakan untuk demonstrasi atau penjelasan terkait e-katalog yang dimaksud.

Kegiatan ini tampaknya merupakan bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Permisan, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan potensi sektor budidaya tambak. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pengembangan masyarakat berbasis aset (Asset-Based Community Development) yang memanfaatkan sumber daya lokal yang tersedia.

Tahapan terakhir dalam pemanfaatan E-Katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak adalah melakukan pendampingan pembuatan E-Katalog bersama pemilik budidaya tambak. Setelah melalui tahapan pengenalan dan sosialisasi manfaat E-Katalog, mahasiswa bertanggung jawab untuk mendampingi pembuatan E-Katalog hasil budidaya tambak melalui website Ecwid. Langkah pertama adalah mengunjungi website Ecwid di <https://www.ecwid.com/> dan klik "Create new Ecwid account" untuk membuat akun baru. Mahasiswa kemudian masuk ke website Ecwid menggunakan akun Google dari salah satu kerabat pemilik budidaya tambak, yaitu Bapak Abdul Qodir. Setelah berhasil mendaftarkan akun di website Ecwid, langkah selanjutnya adalah memasukkan informasi toko seperti nama, alamat, deskripsi, dan pengaturan dasar lainnya. Mahasiswa menggunakan nama toko "Aneka Ikan Tambak (Abdul Qodir)" untuk pembuatan E-Katalog ini. Pada beranda website Ecwid, mahasiswa menggunakan fitur katalog untuk membuat E-Katalog produk dari hasil budidaya tambak. Dari menu katalog, pilih "Product" untuk memulai menambahkan produk ke toko online dalam website Ecwid. Produk yang ditambahkan adalah hasil budidaya tambak dari Bapak Abdul Qodir, yaitu ikan mujair, ikan bandeng, dan udang windu. Mahasiswa membantu Bapak Abdul Qodir dalam mengisi deskripsi produk yang meliputi jenis produk yang akan dijual, menambahkan foto produk hasil budidaya tambak, dan mengklasifikasikan jenis ukuran produk sesuai dengan berat massa produk tersebut. Langkah terakhir adalah mendesain tampilan E-Katalog dari hasil budidaya tambak. Mahasiswa menambahkan deskripsi tentang toko maupun hasil produk dengan tujuan untuk menarik minat konsumen pada toko "Aneka Ikan Tambak". Pendampingan ini memastikan bahwa pemilik budidaya tambak dapat memiliki E-Katalog yang profesional dan menarik, yang akan membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk hasil budidaya tambak.

Pemanfaatan E-Katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak merupakan suatu perubahan inovasi untuk mengoptimalkan pemasaran dan manajemen budidaya tambak melalui teknologi digital yang berkembang pada saat ini. Hal tersebut bisa dilihat dari segi pemasaran, yang mulanya dilakukan secara tradisional yakni hanya dipasarkan melalui pasar lokal, agen, ataupun distributor. Sehingga jangkauannya sangat terbatas hanya pada wilayah geografis tertentu dan cara promosinya pun hanya dilakukan melalui work of mouth

marketing. Akibatnya informasi produk yang tersebar seringkali tidak integritas dan konsumen pun sulit mendapatkan informasi yang lengkap. Namun pada saat menerapkan E-Katalog, produk bisa diakses melalui online dan bisa diakses oleh semua orang tanpa batasan wilayah geografis atau bahkan bisa mencapai pasar nasional dan internasional. Dengan menggunakan e-katalog biaya promosi lebih efisien karena dapat dilakukan melalui media sosial, website, email, dan lain-lain. Sehingga konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi produk dengan detail mulai dari harga dan kualitas produk. Berdasarkan hal tersebut pemanfaatan E-katalog terhadap metode pemasaran berbasis digital marketing mempengaruhi peningkatan penjualan produk dari hasil budidaya tambak yang dipresentasikan melalui diagram batang di bawah ini.



**Gambar 4.** Grafik peningkatan penjualan produk dari hasil budidaya tambak

Pemanfaatan E-Katalog berbasis digital marketing dalam budidaya tambak telah memberikan dampak signifikan pada hasil penjualan tiga individu. Sebelum menggunakan E-Katalog, hasil budidaya tambak dari bapak Abdul Qodir memiliki hasil penjualan sebesar 4000 kg atau 4 ton, yang kemudian meningkat menjadi 6000 kg atau 6 ton setelah implementasi teknologi ini, menunjukkan peningkatan sebesar 33%. Sedangkan hasil penjualan produk dari hasil budidaya tambak bapak Samsul Arif pada awalnya mencatat penjualan sebesar 3000kg atau 3 ton, yang kemudian melonjak menjadi 4000 kg atau 4 ton, mengindikasikan peningkatan sebesar 25%. Sementara itu, hasil penjualan produk dari hasil budidaya tambak bapak Mislan mengalami kenaikan dari 1000kg menjadi 1.500kg, mencerminkan peningkatan sebesar 33%. Secara keseluruhan, adopsi E-Katalog telah membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi promosi, dan mengoptimalkan proses penjualan, sehingga menghasilkan peningkatan yang substansial dalam pendapatan bagi ketiga individu tersebut. Transformasi ini mencerminkan potensi besar dari digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan usaha budidaya tambak.

Secara keseluruhan dalam kegiatan sosialisasi ini memberikan manfaat pada peningkatan pemahaman dan keterampilan terhadap pemasaran online bagi para pemilik tambak melalui pemanfaatan e-katalog dalam mempromosikan dan memasarkan produk hasil budidaya tambak. Kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat membentuk landasan dan pola pikir para pemilik tambak mengenai

efektivitas dalam menggunakan e-katalog untuk meningkatkan pemasaran dan branding di lingkungan teknologi digital yang terus berevolusi. Kegiatan ini menyoroti tentang pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dalam konteks industri tambak agar para pemilik tambak dapat memanfaatkan secara penuh e-katalog untuk kepentingan bisnis mereka. Evaluasi tindak lanjut dari pendampingan pembuatan e-katalog pemasaran online bagi para pemilik tambak dilakukan untuk memastikan efektivitas pemasaran online.

## SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi pada pemilik budidaya tambak dilakukan di Desa Permisan, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo dengan pendampingan dan program yang telah direncanakan selama dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan dapat memberikan implikasi yang positif bagi pemilik budidaya tambak. Pelaksanaan sosialisasi ini memberikan kesempatan yang berharga bagi para pemilik tambak untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan dalam aspek pemasaran digital. Sebelum adanya sosialisasi, para pemilik tambak menunjukkan kurangnya pemahaman terhadap digital marketing, terutama dalam pemahaman terhadap pemanfaatan e-katalog untuk meningkatkan efisiensi promosi dan jangkauan pemasaran hasil budidaya tambak. Setelah adanya kegiatan sosialisasi, pemahaman mereka meningkat mengenai digital marketing dengan menggunakan pemanfaatan e-katalog untuk pemasaran digital mereka. Implementasi dari pemanfaatan e-katalog pada kegiatan ini dapat dilihat dari meningkatnya hasil penjualan para pemilik tambak. Hasil penjualan budidaya tambak milik bapak Abdul Qodir menunjukkan peningkatan sebesar 33% dimana hasil penjualan meningkat menjadi 6000 kg atau 6 ton. Sedangkan hasil penjualan dari bapak Samsul Arif mengalami peningkatan sebesar 25% menjadi 4000 kg atau 4 ton. Dan hasil penjualan dari bapak Mislan meningkat sebesar 33% dengan nilai menjadi 1500 kg atau 1,5 ton. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan E-katalog melalui website Ecwid merupakan strategi digital marketing yang efektif dan efisien.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada semua pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terutama kepada dosen pembimbing dalam menyelesaikan artikel pengabdian masyarakat serta kepada para mitra kami sampaikan terima kasih atas kerjasama yang baik sehingga pelaksanaan kegiatan ini bisa dilaksanakan dengan lancar.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Alfandi, M., Ribie, M. F., Fitria, M. L., Wahyuni, M. T., Zunaidi, A., Zakaria, M. A., & Hidayah, I. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai E-Katalog Dalam Meningkatkan Visibilitas Dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 567–573.



- <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.725>
- Asri, D. P. B. (2018). Pengembangan Industri Kreatif UMKM Asal Yogyakarta melalui Pendaftaran “Jogja Co-Branding. *Kosmik Hukum Jurnal*, 18(2), 1-11. <https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v18i2.3448>
- Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1-10. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5794>
- Esteban, A. P. (2023). *Web engineering and e-commerce: Bridging technology and business in the Philippines*. Nueva Ecija University of Science and Technology.
- Malik, A., Prawitosari, T., & Faridah, S. N. (2018). Perubahan Lahan Tambak di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar Menggunakan Citra Satelit Resolusi Menengah Tahun 2010 dan 2016. *Jurnal AgriTechno*, 11(1), 49-58. <https://doi.org/10.20956/at.v11i1.87>
- Nasyaa, S. R., & Nurhayati, N. (2022). Pengaruh Kebijakan E-Katalog dan Pemko Medan Terhadap Kesejahteraan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 313-316.
- Pelipa, E. D., & Marganingsih, A. (2020). Pelatihan E-Commerce untuk Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Sintang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 3(2), 94-105. <https://doi.org/10.31932/jpmk.v3i2.900>
- Ristuningarum, C. P. (2019). *Analisis Sistem Pengupahan Pandego Tambak (Studi Pada Tambak Desa Penatarsewu Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo)*. Universitas Brawijaya.
- Sulastri, D., Delawati, K., & Hidayaty, D. E. (2023). Strategi Pada UMKM Snack Bu Iyam. *Marketgram Journal*, 1(2), 114-121. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/mj/article/view/548>