

## **PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN NELAYAN DESA ADAT JIMBARAN**

**I Gusti Ayu Imbayani<sup>1</sup>, I Nengah Landra<sup>2</sup>  
Pande Putu Ari Sariyani<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [arikpande3@gmail.com](mailto:arikpande3@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Sejak adanya Virus Covid-19 ini, banyak dampak yang diakibatkan olehnya, termasuk permasalahan ekonomi. Pengabdian masyarakat ini dilakukan di desa Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Dengan masyarakat sasaran yaitu nelayan. Berdasarkan hasil yang didapatkan dengan observasi dan wawancara yang telah dilakukan secara langsung di daerah Jimbaran ditemukan permasalahan yang dihadapi oleh para nelayan yang berada di daerah tersebut, permasalahan ini muncul akibat adanya Covid-19. Masalah yang dihadapi oleh para nelayan adalah banyak nelayan yang mengeluh karena pendapatan yang menurunnya penjualan ikan setiap harinya yang sangat drastis. Disinilah saya membantu untuk melakukan promosi secara daring melalui beberapa sosial media untuk memperkenalkan hasil tangkapan nelayan ini secara luas. Diharapkan bisa membantu meningkatkan pendapatan nelayan di Desa Adat Jimbaran ini. Dan diharapkan program kerja ini bisa dijalankan dengan baik sesuai dengan yang ditargetkan, dan para nelayan ini bisa beraktivitas lebih baik kedepannya.

**Kata kunci** : : Promosi, *Digital Marketing*, Penghasilan, Nelayan

### **ANALISIS SITUASI**

Dunia saat ini tengah waspada dengan penyebaran sebuah virus yang dikenal dengan virus corona. Kasus virus corona muncul dan menyerang manusia pertama kali di provinsi Wuhan, China. Awal kemunculannya diduga merupakan penyakit pneumonia, dengan gejala serupa sakit flu pada umumnya. Gejala tersebut di antaranya batuk, demam, letih, sesak napas, dan tidak nafsu makan. Masuknya virus corona (Covid-19) di Indonesia menyebabkan banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan. Di Indonesia, masih melawan Virus Corona hingga saat ini, begitupun juga di negara-negara lain. kasusnya dimulai dengan pneumonia atau radang paru-paru misterius pada Desember 2019.

Masyarakat yang saya jadikan sasaran

adalah nelayan yang berada di Desa Adat Jimbaran, Kuta Selatan, Badung. Nelayan ini merupakan kelompok masyarakat yang tinggal di pesisir pantai dan bekerja sehari-hari sebagai penangkap ikan dan biota di dasar kolom maupun di permukaan perairan, perairan yang menjadi daerah aktivitas nelayan ini dapat merupakan perairan tawar, payau maupun laut. Nelayan di desa ini adalah salah satu contoh yang terkena dampak Covid-19. Dari analisis yang saya lakukan, saya menemukan permasalahan banyak nelayan yang mengeluh karena pendapatan yang menurun sangat drastis. Setelah melakukan wawancara terhadap nelayan, sejak adanya pandemi Covid-19 nelayan mengalami penurunan penjualan ikan setiap harinya. Awalnya nelayan di desa ini ramai dicari oleh para pembeli karena

ikan yang di jual sangatlah segar karena di tangkap langsung dan pada saat itu langsung dijualnya. Tetapi pada saat pandemi ini pendapatan nelayan semakin menurun setiap harinya. Nelayan ini biasanya mencari ikan dan pada hari itu juga langsung menjualnya dan mereka pun terpaksa merugi karena jarang pembeli yang berbelanja. Karena nelayan disini lebih memprioritaskan kesegaran dan kualitas ikan yang dijualnya ketimbang untung rugi yang mereka dapat, jadi tak jarang nelayan di desa ini merugi karena mereka tidak mau menjual ikan itu sampai sehari-hari lamanya. Para nelayan di desa ini sempat berhenti beraktivitas dikarenakan tidak adanya sama sekali pembeli yang datang.

Pendapatan utama nelayan di desa ini adalah hanya warga sekitar daerah Desa Jimbaran dan belum memanfaatkan internet dan sosial media untuk mendapatkan penghasilan. Ini membuat mereka susah untuk mendapat pelanggan baru dan hanya tergantung dengan warga sekitar saja, sedangkan daya beli warga sekitar menurun pada masa Pandemi Covid-19 ini dan membuat penghasilan nelayan ikut menurun. Karena banyaknya masyarakat yang di PHK akibat tutupnya perusahaan tempat mereka bekerja, membuat daya beli masyarakat menjadi menurun. Kegiatan yang akan dilaksanakan di Desa yang menjadikan nelayan sebagai target ini adalah promosi secara daring. Promosi yang dilakukan dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Alasan promosi melalui daring ini dipilih karena sistem daring adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang

dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop dan merupakan cara paling efektif untuk menjangkau konsumen mereka setiap hari. Dalam rangka membantu meningkatkan pendapatan nelayan dengan cara memperluas pangsa pasar mereka melalui *digital marketing* agar lebih diketahui oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan perekonomian para nelayan di Desa adat Jimbaran.



Gambar 1. Situasi kegiatan nelayan di pantai

### **PERUMUSAN MASALAH**

1. Pengenalan dan pemanfaatan teknologi dan sosial media kepada nelayan untuk meningkatkan pendapatan nelayan di Desa Adat Jimbaran
2. Membantu meningkatkan hasil pendapatan dengan cara berjualan online.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

1. Memberikan edukasi pentingnya manfaat teknologi dan sosial media dalam upaya peningkatan pendapatan nelayan di Desa Adat Jimbaran.
2. Melakukan pelatihan dalam penggunaan sosial media yang baik dan benar dalam melakukan promosi dan penjualan.

3. Pendampingan berjualan secara online mengenai pengemasan dan pengantaran ikan sampai kerumah konsumen.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini akan terbagi menjadi beberapa metode pelaksanaan program kerja mulai dari melakukan pelatihan, pendampingan hingga evaluasi akhir dari berjalannya program kerja ini, yaitu:

#### **1. Tahap Edukasi**

Pada tahap ini, akan dilakukan edukasi tentang bagaimana pentingnya dan apa saja keuntungan dari penggunaan *digital marketing* untuk pemasaran produk. Sehingga para mitra dapat menjangkau konsumen lebih banyak bukan hanya dikalangan sekitar namun juga dari kalangan luas. Adapun langkah yang akan diambil untuk mengenalkan pentingnya pemasaran secara online adalah dengan mencari materi yang terkait dengan manfaat pemasaran produk secara online.

#### **2. Tahap Pelatihan**

Setelah mengetahui manfaat pemasaran produk secara online mitra akan diberikan pengetahuan mengenai beberapa sosial media yang dapat dipakai untuk memasarkan produk. Langkah yang akan diambil dalam tahap ini adalah sebagai berikut:

- a. Memandu dan membina mitra untuk mengunduh beberapa aplikasi yang dapat dipakai untuk memasarkan produk secara online
- b. Membina mitra dalam menggunakan beberapa media sosial yang telah diunduh
- c. Membuat beberapa akun untuk mitra beserta membina cara penggunaannya.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari observasi yang saya lakukan yang menjadi sasaran saya pada kegiatan ini adalah nelayan di Desa Adat Jimbaran. Permasalahan yang ditemukan adalah akibat dari adanya pandemic Covid-19. Sejak adanya pandem Covid-19 ini penghasilan nelayan di Desa ini sangatlah menurun karena sepiunya konsumen yang datang. Di sinilah saya melakukan beberapa program kerja untuk membantu meningkatkan pendapatan nelayan di Desa ini. Mulai melakukan promosi secara daring untuk memasarkan hasil tangkapan nelayan ini agar dikenal masyarakat secara luas. Promosi secara daring ini dipilih karena lebih efektif untuk menjangkau konsumen lebih luas dan tanpa adanya Batasan waktu. Kegiatan ini dilakukan



Gambar 2. Edukasi pentingnya *digital marketing*

dengan memanfaatkan social media.

Para nelayan dengan antusias memberi izin untuk mempromosikan ikannya. Tetapi para nelayan belum sepenuhnya mengetahui tentang pentingnya *digital marketing*, disini saya mulai memberikan edukasi tentang pentingnya *digital marketing* di masa pandemi ini. Setelah melakukan edukasi saya pun melakukan pelatihan menggunakan social media secara baik dan benar dan membantu para nelayan

untuk berjualan online.

Setelah berjalan beberapa hari, kegiatan ini mendatangkan respon yang baik. Banyak pengguna social media menanggapi postingan nelayan di social



Gambar 3. pelatihan penggunaan sosial media



Gambar 4. Pendampingan berjualan online

media. Beberapa konsumen juga mulai melakukan beberapa pesanan melalui online. Dengan begini kegiatan berhasil dilakukan karena dapat menjangkau konsumen luas.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan dan Saran**

Sesuai dengan tema yang diambil yaitu tentang penanggulangan dampak sosial dan ekonomi akibat Covid-19. Saya melakukan beberapa program kerja di salah satu Desa Adat Jimbaran, Kuta Selatan, Badung. Karena melihat dampak ekonomi yang diakibatkan oleh Covid-19 terhadap nelayan pada penjualan ikannya. Saya pun

melakukan beberapa program kerja yang akan dilaksanakan untuk membantu peningkatan pendapatan nelayan. Ternyata program kerja yang dilakukan untuk mempromosikan ikan-ikan ini melalui sosial media berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Dan pengantaran ikan ke rumah pembeli pun sudah dikatakan baik karena berjalan dengan lancar.

Meskipun sudah melakukan promosi di sosial media, para nelayan juga harus tetap melakukan promosi dan memposting hasil tangkapannya setiap harinya agar lebih ramai dilihat masyarakat luas. Semoga kegiatan ini bisa terus dilaksanakan dan dikembangkan dengan baik agar pendapatan nelayan terus meningkat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

LPPM Unmas. 2020. *Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*

<https://www.alodokter.com/covid-19/>  
diunduh tanggal 7 September 2020