



DATA KONSUMEN
LEBIH AKURAT



STRATEGI PEMASARAN
LEBIH TEPAT



PELAYANAN PUBLIK
LEBIH EFEKTIF

SIPASIKAN

SISTEM INFORMASI PEMASARAN PERIKANAN
BERBASIS KONSUMEN

Diajukan oleh:

NURUL SHAFITRI, S.Pi.



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberhasilan pengembangan sektor perikanan sangat dipengaruhi oleh efektivitas kegiatan pemasaran. Dalam konteks ini, ketersediaan informasi terkait kebutuhan serta kecenderungan konsumen menjadi fondasi utama dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Informasi tersebut berperan penting agar produk perikanan dapat diterima pasar secara optimal sekaligus memiliki daya saing yang lebih kuat.

Namun demikian, kondisi pemasaran produk perikanan dan hasil olahannya di Kabupaten Dompu masih menghadapi tantangan, terutama pada aspek ketersediaan data konsumen yang belum memadai sebagai dasar pengambilan keputusan.

Berbagai informasi penting seperti preferensi konsumen, tingkat konsumsi ikan, intensitas pembelian, kisaran harga yang diminati, pilihan kemasan, hingga efektivitas media promosi belum terdokumentasi secara terstruktur dan berkelanjutan. Kondisi ini menyebabkan strategi pemasaran yang dijalankan masih banyak bertumpu pada perkiraan dan pengalaman, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan kebutuhan pasar yang sebenarnya.

Di sisi lain, kegiatan pembinaan terhadap pelaku usaha dan UMKM perikanan juga masih bersifat umum karena belum didukung oleh data pasar yang komprehensif dan mutakhir. Akibatnya, program pengembangan usaha, promosi, maupun peningkatan produk belum sepenuhnya berbasis pada kebutuhan riil konsumen.

Perkembangan teknologi informasi saat ini sebenarnya membuka peluang besar bagi pemerintah daerah untuk melakukan transformasi dalam pengelolaan data. Digitalisasi memungkinkan proses pengumpulan, pengolahan, hingga penyajian informasi dilakukan secara lebih cepat, akurat, efisien, serta mudah diakses oleh berbagai pihak terkait.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan sebuah inovasi yang mampu menjawab kesenjangan data pemasaran, yaitu SIPASIKAN (Sistem Informasi Pemasaran Perikanan Berbasis Konsumen). Inovasi ini dirancang sebagai sistem digital yang berfungsi untuk menghimpun, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data konsumen secara terintegrasi. Dengan adanya sistem ini, diharapkan tersedia informasi pasar yang valid sebagai dasar dalam penyusunan strategi pemasaran, penguatan pembinaan pelaku usaha, serta perumusan kebijakan yang lebih tepat sasaran guna meningkatkan daya saing produk perikanan daerah.

1.2 Tujuan

SIPASIKAN dikembangkan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Menghimpun data perilaku dan preferensi konsumen produk perikanan melalui sistem digital yang sistematis.
- b. Membangun basis data konsumen yang terintegrasi sebagai rujukan informasi pemasaran.
- c. Menyediakan data pasar yang valid untuk mendukung perumusan strategi pemasaran produk perikanan.
- d. Mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- e. Mendukung proses pembinaan pelaku usaha dan UMKM perikanan berdasarkan kebutuhan pasar.
- f. Mendorong pengambilan keputusan berbasis data di sektor kelautan dan perikanan.
- g. Mengakselerasi penerapan transformasi digital dalam tata kelola sektor perikanan.

1.3 Manfaat

Penerapan SIPASIKAN memberikan berbagai manfaat, antara lain:

- a. Menyediakan data konsumen yang lebih cepat, akurat, dan dapat dipercaya.
- b. Mendukung perumusan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif.
- c. Menjadi dasar pengembangan produk sesuai kebutuhan dan preferensi pasar.
- d. Meningkatkan efektivitas pembinaan terhadap pelaku usaha dan UMKM perikanan.
- e. Mempermudah proses pemantauan serta evaluasi kegiatan pemasaran.
- f. Menjadi dasar penyusunan rekomendasi kebijakan sektor kelautan dan perikanan.
- g. Meningkatkan daya saing produk perikanan dan olahan di tingkat daerah.
- h. Mendukung implementasi tata kelola berbasis data (evidence-based policy) serta transformasi digital pemerintahan.

2. PEMBAHASAN

2.1 Deskripsi Inovasi

SIPASIKAN (Sistem Informasi Pemasaran Perikanan Berbasis Konsumen) merupakan inovasi berbasis digital yang dikembangkan untuk memperkuat pengelolaan informasi pemasaran sektor perikanan melalui pendekatan data konsumen. Sistem ini difokuskan pada proses pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian informasi terkait kebutuhan serta preferensi konsumen terhadap produk perikanan dan olahannya.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei digital menggunakan *Google Form* yang dapat diakses masyarakat melalui tautan maupun *QR Code*. Data yang dihimpun mencakup karakteristik konsumen, tingkat konsumsi ikan, frekuensi pembelian produk olahan, preferensi rasa, pilihan kemasan, rentang harga yang diharapkan, faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, serta media promosi yang paling efektif.

Selanjutnya, data yang masuk diolah secara otomatis menggunakan *Google Sheet* dan *Microsoft Excel* sehingga menghasilkan informasi yang lebih mudah dianalisis dan digunakan dalam proses pengambilan keputusan.

Alur kerja SIPASIKAN meliputi tahapan pengumpulan data, pengolahan digital, analisis kebutuhan pasar, penyusunan rekomendasi strategi pemasaran, serta pemanfaatan hasil analisis sebagai dasar pembinaan pelaku usaha dan penyusunan program pemasaran.

Keunggulan SIPASIKAN antara lain:

1. Pengumpulan data secara langsung dan berkelanjutan sehingga informasi selalu mutakhir.
2. Mendukung keputusan berbasis data yang lebih objektif dalam strategi pemasaran.
3. Lebih efisien dalam penggunaan sumber daya karena mengurangi proses manual.
4. Menghasilkan informasi pasar yang lebih akurat karena bersumber langsung dari konsumen.
5. Data tersimpan secara digital dan terintegrasi sehingga mudah diakses kembali.
6. Membantu pelaku usaha memahami kebutuhan pasar secara lebih spesifik.
7. Memiliki potensi untuk diterapkan pada sektor lain yang membutuhkan data preferensi masyarakat.

Dampak Sebelum dan Sesudah SIPASIKAN

Aspek	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah
Data preferensi konsumen	Belum tersedia	Terdokumentasi dalam database digital
Dasar strategi pemasaran	Berbasis asumsi	Berbasis hasil survei
Analisis pasar	Manual	Otomatis dan lebih cepat
Informasi kebutuhan pasar	Terbatas	Lebih lengkap dan terukur
Pembinaan UMKM	Umum	Lebih spesifik dan sesuai kebutuhan
Media promosi efektif	Tidak diketahui	Terpetakan dengan jelas
Dokumentasi data	Tidak tersedia	Terpusat dalam sistem digital

2.2 Anggaran dan SOP

Anggaran Pelaksanaan

Anggaran yang diperlukan untuk menjalankan inovasi SIPASIKAN seperti:

No.	Alat dan Bahan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
1.	Laptop	1	Unit	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
2.	Paket Data	5	kgt	Rp 200.000	Rp 1.000.000
3.	Canva Membership	2	set	Rp 200.000	Rp 400.000

Standar Operasional Prosedur (SOP)

1. Menyusun instrumen survei sesuai kebutuhan data.
2. Membuat formulir digital (Google Form).
3. Menyebarkan tautan atau QR Code kepada responden.
4. Melakukan pemantauan dan validasi data masuk.
5. Mengolah data menggunakan aplikasi spreadsheet.
6. Menyusun visualisasi data dalam bentuk grafik atau diagram.
7. Merumuskan rekomendasi strategi pemasaran.
8. Menyampaikan hasil analisis kepada pihak terkait.
9. Melakukan evaluasi dan pembaruan data secara berkala.

3. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

SIPASIKAN hadir sebagai inovasi yang menjawab kebutuhan akan data pemasaran sektor perikanan yang lebih akurat, cepat, dan terintegrasi. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan seluruh proses pengelolaan data konsumen dilakukan secara lebih efektif dan efisien. Hasil analisis dari sistem ini dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi pemasaran, penguatan pembinaan pelaku usaha, serta pengambilan kebijakan berbasis data. Dengan demikian, diharapkan pemasaran produk perikanan dapat berjalan lebih terarah dan mampu meningkatkan daya saing daerah.

3.2 Penutup

Dokumen proposal inovasi SIPASIKAN ini disusun sebagai bentuk kontribusi dalam mendukung transformasi digital serta peningkatan kualitas pengelolaan informasi sektor perikanan. Inovasi ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi instansi, pelaku usaha, dan masyarakat, sekaligus mendukung terwujudnya tata kelola pemerintahan yang lebih efektif, efisien, dan berbasis data.

Inovator



Nurul Shafitri, S.Pi.