



2025

× × × ×



× × ×

Prepared By

Dimas Putra Perdana S.Pi

 kelautan.dompukab.go.id

PROPOSAL

ELEKTRONIK PANDUAN DIGITAL MARKETING PRODUK PERIKANAN (E-PANDIKAN)

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perikanan merupakan salah satu penopang perekonomian daerah karena memiliki potensi besar dalam menyediakan pangan, membuka lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Tidak hanya pada komoditas ikan segar, perkembangan usaha hasil perikanan juga terus meningkat pada produk olahan seperti abon ikan, kerupuk ikan, bakso ikan, nugget ikan, ikan asap, dan berbagai produk beku (frozen food).

Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen, pelaku usaha hasil perikanan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi. Saat ini, sebagian besar konsumen telah terbiasa mencari informasi produk, membandingkan harga, hingga melakukan pembelian melalui media digital seperti marketplace, media sosial, maupun aplikasi pesan instan. Kondisi ini menjadikan digital marketing sebagai salah satu strategi penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk hasil perikanan.

Pada kenyataannya, masih banyak pelaku usaha hasil perikanan, khususnya skala UMKM di Kabupaten Dompu yang belum memanfaatkan digital marketing secara maksimal. Tercatat ada 39 kelompok pengolah dan pemasar hasil perikanan (poklahsar)/UMKM hasil perikanan di Kabupaten Dompu dengan berbagai macam produk olahan hasil perikanan mulai dari abon ikan, bakso ikan, bandeng presto, pepes ikan hingga ikan kering yang tersebar di berbagai wilayah. Dari 39 UMKM hanya 18% kelompok saja yang aktif memposting produknya di sosial media. Untuk pengetahuan dasar tentang digital marketing dan promosi konten sosial media, setidaknya 80 % UMKM tersebut belum memiliki pemahaman yang mendalam dan bahkan ada 6 UMKM yang tidak pernah melakukan promosi produk. Meskipun beberapa UMKM aktif memposting, tetapi tidak ada strategi penjualan yang menarik dari UMKM tersebut. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar, menitipkan produk di warung, atau promosi dari mulut ke mulut. Pemanfaatan media digital yang dilakukan umumnya masih terbatas, misalnya hanya sekadar mengunggah foto produk tanpa strategi pemasaran yang jelas, tanpa memahami cara membuat konten menarik, tanpa pengelolaan akun bisnis, serta belum memanfaatkan fitur iklan atau marketplace. Hal tersebut menyebabkan pemasaran dan harga jual produk kelautan dan perikanan masih rendah seperti yang tertuang juga dalam

renstra dinas

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa salah satu akar persoalan penting terletak pada belum optimalnya pengetahuan pelaku usaha hasil perikanan mengenai pemanfaatan digital marketing. Rendahnya pengetahuan ini berdampak pada lemahnya strategi promosi, terbatasnya pasar, penjualan yang tidak stabil, dan pada akhirnya menghambat peningkatan pendapatan pelaku usaha. Jika kondisi ini terus dibiarkan, maka peluang besar pasar digital tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal dan produk hasil perikanan daerah akan kalah bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain yang lebih adaptif.

Menyikapi hal tersebut, penulis dapat melakukan kontribusi melalui kegiatan inovasi daerah ini dengan merancang pembuatan buku panduan pemasaran produk berbasis digital marketing, sehingga diharapkan dapat meningkatkan informasi UMKM dalam penggunaan media digital untuk meningkatkan hasil penjualan produk perikanannya. Gagasan ini bertujuan untuk meningkatkan kelompok pemasar hasil perikanan yang mandiri dan kompeten serta adaptif terhadap perkembangan zaman.

1.2 Tujuan

Elektronik Panduan Digital Marketing Produk Perikanan bertujuan untuk:

- a. Tersusunya buku panduan digital marketing sebagai informasi pemasaran untuk pemasar
- b. Tersosialisasinya kegiatan pendampingan digital marketin
- c. Tercapainya peningkatan keterampilan digital pelaku usaha dalam mengoptimalkan kampanye pemasaran digital
- d. Tercapainya optimalisasi penggunaan anggaran produksi oleh pelaku usaha
- e. Terwujudnya pelaku usaha hasil perikanan yang mandiri dan berdaya saing berbasis digital

1.3 Manfaat

Adapun manfaat dari E-PANDIKAN yaitu :

- a. Meningkatkan pengetahuan pelaku usaha mengenai digital marketing
- b. Memperluas akses pasar melalui media sosial dan marketplace
- c. Mendorong terbentuknya usaha yang lebih mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi
- d. Memiliki media pembinaan yang baku berupa buku panduan digital
- e. Mendukung digitalisasi pelayanan publik
- f. Mempermudah memperoleh informasi produk perikanan lokal.

2. PEMBAHASAN

2.1 Deskripsi Proyek

Elektronik Panduan Digital Marketing Produk Perikanan (E-PANDIKAN) merupakan inovasi pelayanan publik yang dikembangkan oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Dompu sebagai solusi atas rendahnya literasi digital pelaku usaha hasil perikanan dalam memasarkan produknya. Inovasi ini menghadirkan sebuah sistem pembinaan berbasis digital melalui penyusunan buku panduan elektronik (e-book), yang berisi langkah-langkah praktis pemasaran digital, mulai dari branding produk, fotografi menggunakan telepon pintar, pembuatan konten promosi, pemanfaatan media sosial, marketplace, hingga strategi membangun hubungan dengan pelanggan.

Kelebihan dari Elektronik Panduan Digital Marketing Produk Perikanan yaitu :

1. Inovasi Menjawab Permasalahan Nyata di Daerah

Inovasi ini lahir dari permasalahan riil yang dihadapi pelaku usaha hasil perikanan di Kabupaten Dompu, yaitu rendahnya literasi digital serta belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Solusi yang ditawarkan bukan sekadar pelatihan sesaat, tetapi menghadirkan sistem pembelajaran yang dapat digunakan secara berkelanjutan.

2. Inovasi Berbiaya Rendah (Low Cost Innovation)

Pelaksanaan inovasi tidak membutuhkan investasi teknologi yang mahal. Seluruh proses memanfaatkan perangkat yang telah dimiliki masyarakat, seperti telepon pintar, media sosial, website pemerintah daerah, dan QR Code sehingga mampu menghasilkan dampak besar dengan biaya yang relatif kecil (high impact–low cost).

3. Berbasis Digital dan Paperless

Panduan disusun dalam bentuk elektronik (e-book) yang dapat diakses kapan saja melalui QR Code maupun website Dinas Kelautan dan Perikanan. Hal ini mempercepat penyebaran informasi, mengurangi penggunaan kertas, serta mendukung transformasi digital pemerintahan.

4. Menjadi Standar Pembinaan Digital Marketing

Berbeda dengan kegiatan sosialisasi yang bersifat insidental, inovasi ini menghasilkan buku panduan digital yang menjadi standar operasional pembinaan bagi seluruh pelaku usaha hasil perikanan sehingga materi yang diberikan selalu seragam, terstruktur, dan mudah diperbarui sesuai perkembangan teknologi.

5. Berkelanjutan (Sustainable Innovation)

Inovasi dirancang agar tetap berjalan meskipun kegiatan sosialisasi telah selesai. Buku panduan dapat terus diperbarui, dibagikan kepada pelaku usaha baru, serta dimanfaatkan sebagai media pembelajaran mandiri tanpa harus selalu menghadirkan narasumber.

6. Mudah Direplikasi

Konsep inovasi sangat sederhana dan dapat diterapkan oleh seluruh pemerintah daerah di Indonesia tanpa memerlukan perubahan organisasi maupun penambahan sumber daya yang besar. Materi hanya perlu disesuaikan dengan potensi unggulan masing-masing daerah.

7. Mendorong Transformasi Digital UMKM Perikanan

Inovasi ini tidak hanya mengajarkan penggunaan media sosial, tetapi juga membangun pola pikir digital (digital mindset) sehingga pelaku usaha mampu melakukan branding, promosi, komunikasi dengan pelanggan, hingga pemasaran secara mandiri melalui berbagai platform digital.

8. Mendukung Program Nasional Transformasi Digital

Inovasi selaras dengan kebijakan Pemerintah Republik Indonesia mengenai percepatan transformasi digital, pengembangan UMKM, peningkatan daya saing produk lokal, serta implementasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE).

9. Memperkuat Kolaborasi Multi Pihak

Pelaksanaan inovasi melibatkan Dinas Kelautan dan Perikanan, mentor, pelaku usaha hasil perikanan, Rumah BUMN, komunitas usaha, serta pemanfaatan platform digital sehingga tercipta kolaborasi yang memperkuat ekosistem pemasaran produk perikanan.

10. Berdampak Langsung terhadap Perekonomian Daerah

Melalui peningkatan kemampuan digital marketing, pelaku usaha memiliki peluang memperluas pasar hingga luar daerah, meningkatkan nilai jual produk, memperkuat daya saing UMKM, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal Kabupaten Dompu.

11. Terukur dan Berbasis Data

Keberhasilan inovasi tidak hanya dinilai secara kualitatif, tetapi juga diukur melalui pre-test, post-test, monitoring, dan survei kepuasan. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta sebesar 41%, tingkat kesesuaian panduan dengan kebutuhan mencapai 100%, serta 90% peserta menyatakan siap menerapkan digital marketing dalam usahanya.

12. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik

Inovasi mengubah pola pelayanan pemerintah dari yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi pelayanan berbasis pengetahuan (knowledge-based service). Masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi memperoleh media belajar yang dapat diakses secara mandiri kapan saja.

13. Adaptif terhadap Perkembangan Teknologi

Materi dalam elektronik panduan dapat diperbarui mengikuti perubahan algoritma media sosial, tren pemasaran digital, perkembangan marketplace, maupun teknologi Artificial Intelligence (AI), sehingga inovasi tetap relevan dalam jangka panjang.

14. Memiliki Nilai Kebaruan (Novelty)

Keunikan inovasi terletak pada integrasi e-book digital, QR Code, website pemerintah daerah, media sosial, pendampingan langsung, serta evaluasi berbasis data dalam satu sistem pembinaan yang komprehensif. Pendekatan ini belum menjadi praktik umum dalam pembinaan pelaku usaha hasil perikanan di tingkat kabupaten.

15. Menciptakan Legacy Organisasi

Inovasi menghasilkan produk nyata berupa Elektronik Panduan Digital Marketing yang menjadi aset intelektual Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Dompu. Dokumen ini dapat terus dimanfaatkan sebagai referensi resmi, diperbarui secara berkala, dan menjadi fondasi pengembangan inovasi pelayanan publik di masa mendatang.

2.2 Anggaran dan SOP

Anggaran yang diperlukan dalam Inovasi E-PANDIKAN yaitu:

No	Alat dan Bhan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
1	Laptop	1	unit	6.000.000	6.000.000
2	Paket Data	5	kgt	200.000	1.000.000
3	Canva Membership	2	set	200.000	400.000
4	ATK kegiatan	1	paket	500.000	500.000
5	Cetak Buku Panduan	10	buku	20.000	200.000

SOP dalam penerapan E-PANDIKAN yaitu:

1. Mencari referensi terkait digital marketing melalui rekan kerja dan internet
2. Menyusun dan mendesain draft buku panduan digital marketing

3. Finalisasi buku panduan digital marketing
4. Mencetak buku panduan digital marketing
5. Mengunggah buku panduan di website dinas
6. Membuat QR code buku panduan agar tersedia online
7. sosialisasi buku panduan digital marketing pada pelaku usaha hasil perikanan
8. monitoring dan evaluasi keberhasilan kegiatan dengan membuat kuisioner berupa feedback terhadap buku panduan digital marketing



Gambat 1 Mencari referensi terkait buku panduan



Gambar 2 Membuat dan mencetak buku panduan



Gambar 4 Sosialisai Buku Panduan



Gambar 3 QR Code buku panduan

3. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Hasil implementasi menunjukkan bahwa inovasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai digital marketing, meningkatnya kesiapan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran, serta tersedianya media pembelajaran yang dapat dimanfaatkan secara mandiri dan berkelanjutan. Selain memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, inovasi ini juga mendukung transformasi digital pemerintahan, peningkatan daya saing UMKM perikanan, serta penguatan ekonomi daerah berbasis potensi kelautan dan perikanan.

Dengan karakteristik inovasi yang sederhana, berbiaya relatif rendah, mudah direplikasi, dan memiliki keberlanjutan yang tinggi, Elektronik Panduan Digital Marketing Produk Perikanan (E-PANDIKAN) layak menjadi salah satu praktik baik (best practice) pelayanan publik yang dapat diterapkan oleh perangkat daerah lain dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat.

3.2 Penutup

Demikian proposal Inovasi Daerah tahun 2025 yang kami ajukan, semoga bermanfaat kelengkapan pengusulan inovasi daerah.

Inovator



Dimas Putra Perdana S.Pi