

MEMANFAATKAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMPERLUAS AKSES PASAR DAN MENINGKATKAN KEMANDIRIAN EKONOMI PETANI TAMBAK DI DESA BONTOMATE'NE

**Samsul Rizal¹⁾, Muhammad Yusuf²⁾, Muhammad Ikram Idrus³⁾, A. Nur
Achsanuddin UA⁴⁾, Fahruni Khaerunnisa⁵⁾, Ismail Rasulong⁶⁾**

^{1,2,3,4,6)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

⁵⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia Timur

rizalsamsul09@unismuh.ac.id

Abstract

A digital marketing implementation program for fish farmers in Bontomate'ne Village, Mandai District, Maros Regency, aimed to enhance marketing skills and improve the economic well-being of the fish farming community. The program involved intensive training and comprehensive mentoring conducted over a full day, covering topics such as digital marketing strategies, online platforms, and data analysis. Participants had the opportunity to apply their newly acquired knowledge through hands-on practice and engage in discussions with experienced mentors. The program yielded significant improvements in participants' understanding and skills in applying digital marketing strategies. Fish farmers were able to enhance their marketing efficiency, expand market access, and increase their income. The program contributes to the advancement of knowledge in the field of education by demonstrating the effectiveness of digital marketing strategies in boosting community economic capacity and skills. This program serves as an example of applying practical, collaborative learning approaches, highlighting the essential role of education in driving economic progress at the community level.

Keywords: Digital marketing, Fish farmers, Economic empowerment, Education, Practice-based learning.

Abstrak

Program implementasi digital marketing untuk petani tambak di Desa Bontomate'ne, Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros, bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran dan kesejahteraan ekonomi komunitas petani tambak. Program ini dilaksanakan dengan metode pelatihan intensif dan pendampingan komprehensif selama sehari penuh, yang mencakup materi tentang strategi digital marketing, platform online, dan analisis data. Para peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung materi yang disampaikan dan berdiskusi dengan narasumber yang berpengalaman. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan strategi digital marketing. Para petani tambak mampu meningkatkan efisiensi pemasaran produk mereka, memperluas akses pasar, dan meningkatkan pendapatan. Program ini berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pendidikan dengan menunjukkan efektivitas strategi digital marketing dalam meningkatkan kemampuan dan keterampilan ekonomi masyarakat. Program ini merupakan contoh penerapan konsep pembelajaran berbasis praktik dan kolaboratif, serta menekankan pentingnya peran pendidikan dalam mendorong kemajuan ekonomi di tingkat masyarakat.

Keywords: Digital marketing, Petani tambak, Pemberdayaan ekonomi, Pendidikan, Pembelajaran berbasis praktik.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi informasi telah menjadi faktor penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi. Teknologi digital memberikan peluang baru yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, termasuk para petani tambak di daerah pedesaan. Namun demikian, pemahaman dan pemanfaatan teknologi ini masih menjadi tantangan besar bagi sebagian masyarakat, seperti yang terjadi di Desa Bontomate'ne, Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros. Penduduk desa ini, yang mayoritas berprofesi sebagai petani tambak, masih terbatas dalam pemahaman dan penerapan digital marketing untuk memasarkan produk-produk mereka.

Penerapan pemasaran digital untuk meningkatkan keterampilan pemasaran petambak udang melibatkan pemanfaatan alat digital, platform media sosial, dan iklan online untuk mempromosikan produk secara efektif. Dengan memberdayakan petani melalui inisiatif pemasaran digital, mereka dapat meningkatkan kemampuan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar Hamka dkk. (2023).

Penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dan penerapan praktis metode pemasaran digital efektif dalam meningkatkan keterampilan pemasaran bagi petani di berbagai sektor, termasuk hortikultura (Rina & Supratman, 2022). Namun, penelitian menyoroti bahwa penerapan pemasaran digital dalam konteks Industri 4.0 untuk UKM di wilayah tertentu mungkin menghadapi tantangan seperti kurangnya pelatihan, sumber daya keuangan, dan sumber daya manusia (Nirwana & Biduri, 2021). Mengatasi hambatan ini sangat penting untuk keberhasilan penerapan pemasaran

digital. Elemen branding dan strategi pemasaran digital yang efektif dapat memperkuat citra destinasi seperti Benteng Kedung Cowek di Surabaya, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan pariwisata, pertumbuhan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat (Wibawa et al., 2020). Demikian pula, pemasaran digital terbukti berdampak positif terhadap kinerja pemasaran UKM terkait pariwisata di Kabupaten Toba, Indonesia, melalui pengumpulan dan analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (Marbun & Simanjuntak, 2021).

Dalam konteks perdagangan pertanian, strategi pemasaran digital memfasilitasi akses petani terhadap informasi, memungkinkan mereka memantau kebutuhan konsumen, dan menyederhanakan proses pemasaran, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan dan pembangunan ekonomi di daerah seperti Karawang (Krisnawati et al., 2019). Dengan memberikan pelatihan dan pendidikan pemasaran digital, para pemilik UMKM di berbagai sektor, termasuk usaha kuliner, dapat meningkatkan keterampilan pemasaran dan daya saingnya (Jatmiko, 2022). Optimalisasi pemasaran digital, termasuk pemasaran media sosial, periklanan online, dan pengelolaan situs web, sangat penting bagi bisnis kuliner dalam skenario pascapandemi untuk beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar dan perilaku konsumen (Hasanuddin, 2022). Melalui edukasi pemasaran digital, pengelola BUMDes dapat meningkatkan kompetensi, meningkatkan daya saing usaha, dan mengoptimalkan kinerja secara keseluruhan (Herman, 2023).

Desa Bontomate'ne memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah khususnya dalam sektor

perikanan tambak. Produk-produk tambak seperti ikan bandeng, udang, dan kepiting merupakan komoditas unggulan yang memiliki nilai jual tinggi. Namun, keterbatasan akses dan pengetahuan mengenai teknik pemasaran modern menyebabkan para petani tambak di desa ini sulit untuk mengoptimalkan hasil panen mereka. Mereka cenderung masih menggunakan metode konvensional yang mengandalkan perantara untuk menjual produk, yang seringkali mengurangi keuntungan yang bisa mereka peroleh.

Dengan perkembangan digital yang pesat, pemasaran melalui internet menjadi salah satu metode yang efektif dan efisien. Digital marketing menawarkan berbagai strategi seperti penggunaan media sosial, website, dan platform e-commerce yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara cepat dan hemat biaya. Sayangnya, para petani tambak di Desa Bontomate'ne belum sepenuhnya familiar dengan konsep ini. Kurangnya pelatihan dan edukasi mengenai digital marketing menjadi salah satu kendala utama yang harus diatasi.

Melihat kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat yang kami inisiasi bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital bagi para petani tambak di Desa Bontomate'ne. Program ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dasar serta keterampilan praktis dalam penggunaan alat-alat digital marketing, sehingga dapat membantu mereka dalam memasarkan produk secara lebih efektif. Edukasi dan pelatihan yang diberikan diharapkan akan membuka wawasan baru bagi para petani tambak, sehingga mereka dapat beradaptasi dengan teknologi modern dan

meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

Selain itu, program ini juga bertujuan untuk menjembatani para petani tambak dengan pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan memanfaatkan platform digital, para petani dapat langsung menjual hasil tambak mereka kepada konsumen akhir atau pelaku bisnis lainnya tanpa perlu melalui banyak perantara. Hal ini tentunya akan meningkatkan margin keuntungan yang mereka peroleh serta mengurangi risiko ketidakpastian harga yang sering terjadi dalam pemasaran konvensional.

Keberhasilan program ini juga diharapkan akan menciptakan pengaruh yang positif tidak hanya bagi para petani tetapi juga bagi seluruh komunitas di Desa Bontomate'ne. Dengan meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing, diharapkan akan tercipta iklim usaha yang lebih dinamis dan inovatif di desa ini. Kolaborasi antara petani tambak, pemerintah setempat, dan lembaga-lembaga pendukung lainnya menjadi kunci utama dalam mewujudkan tujuan ini.

Melalui pelatihan, pendidikan, dan panduan praktis mengenai strategi pemasaran digital, petani dapat meningkatkan kemampuan pemasaran mereka, memperluas jangkauan pasar, dan beradaptasi dengan lanskap digital yang terus berkembang untuk mendorong pertumbuhan bisnis dan pembangunan ekonomi di komunitas mereka. Akhirnya, implementasi digital marketing di Desa Bontomate'ne bukan hanya tentang mengadopsi teknologi baru, tetapi juga tentang membangun kemandirian dan kesadaran akan potensi ekonomi yang dapat dihimpun melalui pemanfaatan teknologi. Dengan pengetahuan yang lebih baik dan akses pasar yang luas,

kami optimis bahwa para petani tambak di Desa Bontomate'ne akan mampu meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan mereka secara berkelanjutan.

METODE

Dalam melaksanakan kegiatan implementasi digital marketing untuk petani tambak di Desa Bontomate'ne, Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros, dirancang metode yang komprehensif untuk memastikan efektivitas dan keberhasilan program. Berikut adalah deskripsi lengkap dari metode kegiatan yang digunakan:

1. Identifikasi dan Seleksi Peserta

Proses ini melibatkan identifikasi petani tambak di Desa Bontomate'ne yang memiliki potensi dan motivasi untuk mengikuti pelatihan. Seleksi dilakukan melalui kerjasama dengan pemerintah desa dan kelompok petani tambak untuk memastikan para peserta yang dipilih adalah mereka yang berkomitmen dan memiliki pengaruh di komunitas mereka.

2. Pre-Assessment

Langkah awal ini dilakukan untuk menilai pengetahuan awal peserta mengenai digital marketing dan alat-alat teknologi yang mungkin sudah mereka gunakan. Pre-assessment dilakukan melalui kuesioner dan wawancara singkat untuk memetakan kebutuhan spesifik dan kesenjangan keterampilan peserta.

3. Pengembangan Materi

Materi pelatihan disusun oleh tim pengabdian, dengan fokus pada pemahaman dasar digital marketing, strategi pemasaran online, dan penggunaan platform digital. Kurikulum tersebut dirancang agar

sesuai dengan tingkat pengetahuan dan kebutuhan peserta, serta melibatkan studi kasus dan praktik langsung.

4. Pelatihan Tatap Muka

Pelatihan dilakukan melalui serangkaian sesi tatap muka yang terbagi dalam beberapa modul meliputi (a) modul pengenalan digital marketing, memberikan pemahaman dasar tentang apa itu digital marketing, mengapa penting, dan bagaimana hal ini dapat diterapkan dalam konteks bisnis tambak. (b) modul media sosial dan pemasaran konten, mengajarkan cara membuat dan mengelola akun media sosial (seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business), membuat konten pemasaran yang menarik, dan teknik untuk meningkatkan engagement. (c) modul website dan E-Commerce, berupa pelatihan praktis tentang cara membuat akun pemasaran melalui marketplace affiliate sederhana serta memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk tambak secara online. (d) modul analisis pasar digital, berupa teknik dasar dalam analisis data pemasaran, menggunakan alat seperti Google Analytics, serta cara menginterpretasikan data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

5. Sesi Workshops dan Praktik Langsung

Melibatkan peserta dalam sesi praktik langsung di komputer atau perangkat mobile mereka. Peserta diberi kesempatan untuk mempraktekkan apa yang telah diajarkan, seperti membuat postingan media sosial, mengatur toko online, dan menggunakan alat analitik. Mentor akan memberikan bimbingan langsung selama workshop ini untuk memastikan peserta memahami dan mampu menerapkan keterampilan baru mereka.

6. Pendampingan dan Mentoring

Setelah pelatihan tatap muka, peserta menerima pendampingan dan mentoring berkelanjutan dari tim dosen. Pendampingan ini dilakukan baik secara langsung maupun melalui platform komunikasi online. Tujuannya untuk membantu peserta mengatasi kendala yang mereka hadapi saat mencoba menerapkan strategi digital marketing dalam bisnis tambak mereka sehari-hari.

7. Evaluasi dan Umpan Balik

Proses evaluasi dilakukan secara bertahap untuk mengukur pemahaman dan kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui tes tertulis, observasi aktivitas digital mereka, serta survei kepuasan peserta. Umpan balik yang konstruktif diberikan kepada peserta untuk membantu mereka terus meningkatkan keterampilan mereka.

8. Pengembangan Rencana Aksi

Setiap peserta akan didorong untuk mengembangkan rencana aksi individu untuk mengimplementasikan digital marketing dalam usaha tambak mereka. Rencana aksi ini akan mencakup sasaran jangka pendek dan jangka panjang, langkah-langkah yang akan diambil, serta indikator keberhasilan yang dapat diukur.

9. Pembuatan Grup Komunitas

Untuk memastikan dukungan berkelanjutan dan berbagi informasi, dibuat grup komunitas online (seperti grup WhatsApp atau Facebook) yang menghubungkan semua peserta, dosen pembimbing, dan pemerintah daerah. Grup ini berfungsi sebagai forum untuk berbagi pengalaman, pertanyaan, dan saran setelah pelatihan selesai.

10. Monitoring dan Laporan Berkala

Tim pelaksana akan melakukan monitoring secara berkala terhadap perkembangan dan implementasi digital marketing oleh peserta. Laporan berkala dikumpulkan untuk menilai dampak dari pelatihan ini, dan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan bantuan lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sebelum kegiatan pemberian materi diberikan terlebih dahulu diberikan pre test untuk mengukur pemahaman peserta tentang materi pelatihan. Bentuk pre test yang diberikan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Soal Pre Test Peseta

Pernyataan	Ya	Tidak
1. Saya memahami konsep dasar digital marketing.		
2. Saya familiar dengan beberapa platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Youtube.		
3. Saya pernah menggunakan platform e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia untuk berbelanja.		
4. Saya tahu bagaimana cara membuat konten media sosial yang menarik.		
5. Saya memiliki akun email dan mampu menggunakan internet untuk mencari informasi.		
6. Saya yakin teknologi digital dapat membantu saya meningkatkan penjualan produk tambak.		

7. Saya bersedia belajar lebih banyak tentang digital marketing untuk meningkatkan bisnis saya.		
8. Saya ingin bekerja sama dengan petani tambak lain untuk memasarkan produk kita bersama-sama.		

Hasil asesmen awal menunjukkan bahwa 9 peserta memerlukan pemahaman lebih lanjut mengenai konsep dasar digital marketing. 6 peserta dapat difokuskan pada pelatihan menggunakan platform media sosial. 13 peserta memerlukan pelatihan intensif dalam pembuatan konten media sosial yang menarik. Sebanyak 7 peserta perlu didorong dan diberikan contoh sukses kolaborasi antar petani tambak. Sebagian besar peserta menunjukkan kesiapan dan keinginan untuk belajar lebih banyak tentang digital marketing serta bekerja sama dengan petani tambak lain. Pelatihan yang difokuskan pada keterampilan praktis dalam penggunaan media sosial dan pembuatan konten yang menarik akan sangat bermanfaat. Hasil asesment adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Pre Test Peserta

Kelas Interval	Frekuensi (f)	Persentase (%)
20 - 29	1	5,00%
30 - 39	2	10,00%
40 - 49	4	20,00%
50 - 59	6	30,00%
60 - 69	4	20,00%
70 - 79	1	5,00%
80 - 89	2	10,00%
Total	20	100,00%

Kegiatan pelatihan tatap muka implementasi digital marketing untuk petani tambak di Desa Bontomate'ne, Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros berlangsung selama dua hari, menghasilkan serangkaian hasil yang tepat dan komprehensif. Dengan melibatkan 6 orang narasumber dari

dosen pengabdian. Kegiatan ini berhasil mencapai berbagai tujuan dan dampak yang diharapkan. Berikut adalah topik pembahasan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan:

1. Dr. Muhammad Yusuf, S.Sos., M.M.
 - a. Topik Pembahasan Pengenalan Digital Marketing untuk Petani Tambak
 - b. Narasumber membahas konsep dasar digital marketing, pentingnya pemasaran online bagi petani tambak, serta bagaimana teknologi digital dapat memperluas jangkauan pasar dan potensi penjualan produk tambak.



Gambar 1. Penyajian Materi 1

2. Dr. Samsul Rizal, S.E., M.M.
 - a. Topik Pembahasan Strategi Pemasaran Online yang Efektif untuk Petani Tambak
 - b. Narasumber memaparkan berbagai strategi pemasaran online yang dapat diterapkan oleh petani tambak, termasuk penggunaan media sosial, optimisasi website, teknik promosi online, dan tata

kelola konten yang menarik.



Gambar 2. Penyampaian Materi 2

3. Dr. Azisah, S.TP., M.Si
- Topik Pembahasan Analisis Pasar dan Pemetaan Konsumen dalam Digital Marketing



Gambar 3. Penyampaian Materi 3

- Narasumber membahas pentingnya analisis pasar dalam pemasaran digital, teknik pemetaan

konsumen, cara mengidentifikasi peluang pasar, dan bagaimana data analitik dapat digunakan untuk mendukung keputusan pemasaran.

4. Dr. Muhammad Ikram Idrus, MS
- Topik Pembahasan Penggunaan Platform E-Commerce untuk Pemasaran Produk Tambak
 - Narasumber membahas manfaat penggunaan platform e-commerce dalam memasarkan produk tambak, langkah-langkah membangun toko online yang efektif, serta strategi penjualan yang dapat meningkatkan profitabilitas.



Gambar 4. Paparan Materi 4

5. A. Nur Achsanuddin UA, S.E., M.Si
- Topik Pembahasan Praktiknya Terbaik dalam Pengelolaan Media Sosial untuk Petani Tambak



Gambar 5. Sajian Materi ke 5

- b. Narasumber membahas praktik terbaik dalam mengelola media sosial (seperti Facebook, Instagram) bagi petani tambak, termasuk cara membangun brand awareness, kreativitas dalam konten, dan interaksi dengan pelanggan.
6. Rahmawati Umar, S.E.,M.Si
- a. Topik Pembahasan Pengukuran Kinerja dan Evaluasi Kampanye Digital Marketing
 - b. Narasumber membahas pentingnya pengukuran kinerja kampanye digital marketing, pemantauan metrik yang relevan, serta evaluasi hasil untuk terus meningkatkan strategi pemasaran petani tambak.



Gambar 6. Sesi Demonstrasi dan Tanya Jawab

Dengan pembahasan yang terstruktur sesuai dengan topik masing-masing narasumber, diharapkan peserta dapat memperoleh pemahaman yang mendalam dan beragam mengenai digital marketing serta terinspirasi untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang baru dan efektif.

Setelah penyampaian materi dan penutupan sesi pelatihan di hari kedua, kami memberikan post test kepada peserta dengan materi. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Post Test Peserta

Kelas Interval	Frekuensi	
	(f)	Persentase (%)
60 - 64	0	0,00%
65 - 69	1	5,00%
70 - 74	2	10,00%
75 - 79	0	0,00%
80 - 84	17	85,00%
Total	20	100,00%

Berdasarkan hasil post tes, mayoritas peserta (85%) berhasil mencapai skor tertinggi dalam interval 80-89. Ini menunjukkan pemahaman yang sangat baik tentang konsep dan

implementasi digital marketing setelah mengikuti pelatihan.

Tidak ada peserta yang mendapatkan nilai di bawah 65, yang menandakan dasar pemahaman setiap peserta telah meningkat secara signifikan.

Langkah selanjutnya adalah membandingkan antara hasil pre test dengan pos test untuk mendalami ada tidak peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang materi pelatihan.

Tabel 4. Perbandingan Hasil Pre Test dengan Post Test

Kelas Interval	Frekuensi Pre Tes (f)	Persentase (%) Pre Tes	Frekuensi Post Tes (f)	Persentase (%) Post Tes
20 - 29	1	5,00%	0	0,00%
30 - 39	2	10,00%	0	0,00%
40 - 49	4	20,00%	0	0,00%
50 - 59	6	30,00%	0	0,00%
60 - 69	4	20,00%	1	5,00%
70 - 79	1	5,00%	2	10,00%
80 - 89	2	10,00%	17	85,00%
Total	20	100,00%	20	100,00%

Berdasarkan tabel perbandingan hasil pre tes dan post tes, dapat disimpulkan bahwa peningkatan rata-rata skor. Pada pre tes, hanya sedikit peserta yang mendapatkan skor tinggi (80-89), dengan mayoritas peserta memiliki skor di kelas interval yang lebih rendah. Pada post tes, mayoritas peserta (85%) mencapai skor di kelas interval tertinggi (80-89), yang menunjukkan peningkatan signifikan. Sebelum pelatihan, 11 peserta mendapatkan skor antara 20 dan 59, menunjukkan kurangnya pemahaman tentang digital marketing. Setelah pelatihan, tidak ada peserta yang mendapatkan skor di bawah 65, yang menunjukkan bahwa pelatihan efektif dalam meningkatkan pemahaman dasar semua peserta. Pelatihan yang diberikan sangat efektif, karena jumlah peserta dengan skor tertinggi (80-89) meningkat dari 2 peserta (10%) pada pre tes menjadi 17 peserta (85%) pada post tes. Distribusi skor yang meningkat ke kelas interval yang lebih tinggi setelah pelatihan menunjukkan bahwa

peserta tidak hanya belajar tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan tersebut dengan baik.

PEMBAHASAN

Program implementasi digital marketing untuk petani tambak di Desa Bontomate'ne, Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros, telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya peningkatan keterampilan pemasaran dan kesejahteraan ekonomi komunitas petani tambak. Melalui pelatihan intensif dan pendampingan yang komprehensif selama sehari penuh, peserta program berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menerapkan strategi digital marketing untuk memasarkan produk tambak secara efektif.

Dalam konteks akademis, keseluruhan pelaksanaan program pengabdian ini dapat dilihat sebagai sebuah langkah inovatif yang berpotensi memberikan dampak positif pada sektor pertanian tambak di wilayah tersebut. Melalui pendekatan praktis dan aplikatif

yang disusun dengan cermat, program ini mampu memberikan kontribusi nyata dalam hal peningkatan akses pasar, efisiensi pemasaran, dan pendapatan petani tambak. Hasil pelatihan yang mengarah pada pengembangan keterampilan digital marketing telah membuka peluang baru bagi petani tambak untuk membuka diri terhadap pasar yang lebih luas, memperluas jangkauan bisnis mereka, dan meningkatkan daya saing di era digital.

Selain itu, kesuksesan pelaksanaan program ini juga terlihat dari keterlibatan

aktif dan kolaboratif antara narasumber, peserta, pemerintah daerah, dan lembaga terkait. Sinergi yang terjalin antara para pemangku kepentingan telah memberikan landasan yang kuat untuk berbagai terobosan dan perubahan positif dalam pemasaran produk tambak. Dukungan teknis, bimbingan, dan monitoring yang terus-menerus juga memberikan jaminan bahwa implementasi strategi digital marketing dapat berjalan dengan lancar dan efektif.



Gambar 7. Sesi akhir pemberian cinderamata dan sertifikat

Secara holistik, keseluruhan pelaksanaan program pengabdian ini memperkuat paradigma pembangunan berkelanjutan dengan pendekatan teknologi digital sebagai sarana untuk pemberdayaan ekonomi komunitas. Di tengah dinamika globalisasi dan transformasi digital, keberhasilan program ini menjadi cerminan dari ketangguhan dan adaptabilitas petani tambak dalam menghadapi tantangan zaman. Diharapkan program ini tidak hanya membuka wawasan dan kesempatan baru, tetapi juga memberikan dorongan inspiratif bagi komunitas petani tambak untuk terus berinovasi, berkembang, dan menciptakan perubahan positif dalam pembangunan ekonomi lokal. Dalam

kegiatan implementasi digital marketing untuk petani tambak di Kabupaten Maros, terdapat beberapa poin penting yang perlu dicermati agar program dapat memberikan dampak yang berkelanjutan bagi masyarakat petani tambak. Berikut adalah poin-poin kunci yang perlu diperhatikan

1. Penguasaan Teknologi

Penting bagi petani tambak untuk terus memperdalam pemahaman dan penguasaan teknologi digital, termasuk pemahaman mendalam mengenai platform online, analisis data, dan integrasi teknologi dalam bisnis mereka.

2. Penerapan Lanjutan

Peserta pelatihan perlu menerapkan secara konsisten dan kreatif

keterampilan digital marketing yang telah mereka pelajari dalam kegiatan sehari penuh tersebut. Penerapan lanjutan akan memperkuat praktik pemasaran online dan memberikan dampak yang signifikan pada bisnis mereka.

3. Monitoring dan Evaluasi Kinerja

Penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap kinerja penggunaan digital marketing oleh petani tambak. Evaluasi ini dapat memberikan masukan berharga untuk peningkatan strategi pemasaran yang diterapkan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

4. Kolaborasi dan Sharing Best Practices

Mendorong kolaborasi antara petani tambak, pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan pihak terkait lainnya untuk berbagi pengalaman, best practices, dan pengetahuan dalam penerapan digital marketing. Sinergi ini akan memperkaya pemahaman dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk tambak secara kolektif.

5. Pemberdayaan Komunitas

Dukung upaya pemberdayaan komunitas petani tambak melalui pembentukan kelompok-kelompok kerja atau koperasi yang dapat bekerja sama dalam pemasaran produk online. Kolaborasi antarpetani akan memperkuat posisi mereka dalam pasaran dan memberikan keuntungan yang lebih besar.

6. Pelatihan dan Pembinaan Berkelanjutan

Tindak lanjut dengan program pelatihan dan pembinaan berkelanjutan untuk memastikan petani tambak terus menerapkan strategi digital marketing dengan baik serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang

tren dan inovasi terbaru dalam digital marketing.

7. Diversifikasi dan Inovasi Produk

Mendorong petani tambak untuk melakukan diversifikasi produk dan inovasi dalam pengembangan produk tambak mereka. Integrasi digital marketing dapat membantu dalam memperluas pasar dan meningkatkan nilai tambah produk tambak yang dihasilkan.

8. Pemanfaatan Jejaring dan Sumber Daya

Manfaatkan jejaring dan sumber daya yang tersedia, seperti grup komunitas online, webinar, dan seminar untuk terus memperbaharui pengetahuan dan berbagi informasi terkini dalam digital marketing. Kolaborasi dengan pihak eksternal juga sangat berguna dalam meningkatkan akses pasar dan kesempatan bisnis.

Kegiatan implementasi digital marketing tidak hanya sekadar pelatihan, tetapi juga merupakan langkah awal dalam membangun keberlanjutan ekonomi dan pemberdayaan komunitas petani tambak. Dengan memperhatikan poin-poin di atas, diharapkan program ini akan memberikan peluang yang lebih besar untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis petani tambak di Kabupaten Maros.

SIMPULAN

Program implementasi digital marketing yang dilakukan di Desa Bontomate'ne, Kabupaten Maros, telah berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap para petani tambak. Program ini telah meningkatkan keterampilan pemasaran dan kesejahteraan ekonomi mereka melalui pelatihan intensif, pendampingan, dan kolaborasi yang erat

antara para pemangku kepentingan. Program ini juga merupakan contoh sukses dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan upaya pemberdayaan ekonomi komunitas, membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk tambak.

Untuk mempertahankan momentum positif yang telah diraih, penting untuk membangun sistem monitoring dan evaluasi yang efektif untuk memastikan keberlanjutan program. Selain itu, perlu terus didorong partisipasi aktif dari petani tambak dalam program melalui kegiatan diskusi, sharing pengalaman, dan pengembangan program yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penguatan kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan swasta juga sangat krusial untuk memastikan keberhasilan program dan menciptakan dampak yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamka, M., Muktiadi, R., & Tukiran, -. (2023). Penerapan pemasaran digital pada panti asuhan muhammadiyah griya al falah purbalingga, jawa tengah. *Jurnal Pengabdian Teknik Dan Sains (Jpts)*, 3(01). <https://doi.org/10.30595/jpts.v3i01.16405>
- Hasanuddin, H., Mulyadi, M., Amrullah, A., Rahman, A., & Tardin, T. (2022). Penguatan manajemen dan sistem pemasaran usaha kuliner pasca pandemi covid-19 di desa telajung cikarang barat kabupaten bekasi. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 1(9), 709-716. <https://doi.org/10.58344/locus.v1i9.568>
- Herman, B., Haslindah, H., Anwar, M. A., Mursalat, A., & Mutmainnah, M. (2023). Pemberdayaan bumdes melalui edukasi digital marketing dalam menghadapi persaingan usaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 5333. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.17584>
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi pemasaran ideal di era digital untuk meningkatkan penjualan produk umkm. *PLAKAT : Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>
- Krisnawati, I., Ubaidi, I., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi digital marketing dalam perdagangan hasil tani untuk meningkatkan pendapatan kabupaten karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70-75. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v10i2.838>
- Marbun, D. S. N. and Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kinerja pemasaran umkm pariwisata di kabupaten toba indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 130-142. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.125>
- Nirwana, N. Q. S. and Biduri, S. (2021). Implementasi digital marketing pada umkm di era revolusi industri 4.0 (study pada umkm di kabupaten sidoarjo). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 18(1), 29.

<https://doi.org/10.30651/blc.v18i1.5720>

- Rina, N. and Supratman, L. P. (2022). Pemberdayaan petani tanaman hias hortikultura binaan yayasan habim melalui implementasi digital marketing. Prosiding COSECANT : Community Service and Engagement Seminar, 1(2). <https://doi.org/10.25124/cosecant.v1i2.17492>
- Wibawa, B. M., Bhawika, G. W., Bramanti, G. W., Putri, A. A., & Mardhotillah, R. R. (2020). Desain elemen branding dan implementasi digital marketing untuk penguatan citra destinasi benteng kedung cowek surabaya. JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 1(3), 335-345. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3>.