



## **LITERASI DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU TAMBAK IKAN KECIL MENENGAH SUMATERA SELATAN**

**Fitrianto Puja Kesuma<sup>1</sup>, Indra Satriadi<sup>2</sup>, Rika Sadariawati<sup>3</sup>, Alem Pameli<sup>4</sup>, Krisna  
Natawijaya<sup>5</sup>, Usep Teisnaja<sup>6</sup>, Surahmat<sup>7</sup>, Ravie Kurnia Laday<sup>8</sup>, Ahmad Zarkasih<sup>9</sup>**

<sup>123456789</sup>Politeknik Negeri Sriwijaya, Manajemen Informatika

**Email : fitrianto.puja.kesuma@polsri.ac.id**

**Abstrak :** Di Indonesia, UKM berperan sentral dalam menggerakkan roda ekonomi, terutama sektor perikanan tambak yang kaya potensi alam. Namun, di Palembang, pelaku usaha seperti pengelola tambak ikan sering terhambat oleh keterbatasan pemasaran daring, meski tren wirausaha nasional terus melonjak—belum mencapai ambang batas optimal. Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk melatih pemilik UKM tambak ikan dalam menguasai pemasaran digital, mencakup platform media sosial (Instagram, TikTok), marketplace (Lazada, GoFood), dan tools mobile. Melalui workshop ceramah plus praktik hands-on, peserta diajari memanfaatkan Canva guna merancang visual promosi inovatif: banner iklan ikan patin segar, story interaktif proses panen, hingga stiker kemasan yang memikat pembeli milenial. Antusiasme peserta terlihat dari partisipasi aktif, dengan survei pasca-pelatihan menunjukkan lonjakan pemahaman 75% soal teknik SEO konten dan engagement rate. Diskusi kelompok mengonfirmasi kemampuan mereka menerapkan materi secara langsung. Intinya, inisiatif ini membuktikan bahwa pemasaran digital memperkuat posisi kompetitif UKM tambak ikan, dengan potensi peningkatan omzet melalui konten autentik dan targeting presisi. Peserta siap transformasi usaha mereka menjadi lebih visible di pasar virtual.

**Kata Kunci :** Literasi, Digital Marketing, Tambak Ikan

### **Pendahuluan**

Usaha Kecil Menengah (UKM) di ranah perikanan tambak menjulang sebagai pilar utama penggerak ekonomi pedesaan Indonesia, memanfaatkan kekayaan sumber daya alam seperti lahan basah dan perairan sungai untuk menghasilkan komoditas bernilai tinggi. Di kawasan Palembang, Sumatera Selatan, industri tambak ikan, terutama jenis patin, nila, dan lele menyumbang pendapatan signifikan bagi ribuan rumah tangga, sekaligus mendukung ketahanan pangan lokal. Namun, di tengah gelombang transformasi digital pasca-pandemi, pelaku UKM ini kerap tertinggal, terperangkap dalam pola pemasaran tradisional yang terbatas pada pasar tatap muka.

Menurut laporan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2025, kontribusi UKM terhadap PDB nasional mencapai 61%, dengan penyerapan tenaga kerja hingga 97% angka impresif yang sayangnya belum diimbangi adopsi teknologi. Secara spesifik, survei Dinas Perikanan Palembang (2026) mengungkap bahwa hanya 25% UKM tambak ikan memanfaatkan media sosial atau e-commerce, akibat kendala seperti kurangnya keterampilan desain grafis, pemahaman algoritma platform, dan strategi konten yang menarik. Akibatnya, produk unggulan seperti ikan segar olahan, fillet beku, atau makanan jadi berbasis ikan kalah saing dengan barang impor murah dari luar daerah.

Fenomena ini diperparah oleh persaingan ketat di pasar virtual, di mana konsumen milenial dan Gen Z lebih memilih belanja via TikTok Shop, Instagram Marketplace, atau Shopee. Tanpa intervensi, potensi UKM tambak ikan Palembang berisiko tergerus, padahal sektor ini bisa berkontribusi hingga Rp500 miliar per tahun jika didukung pemasaran digital efektif.

Secara nasional, Kemenkop UKM targetkan 50% UKM go-digital pada 2027 (RPJMN), tapi realita Palembang tertinggal: hanya 22% aktif di e-commerce seperti Shopee atau Gojek. Pandemi COVID-19 mempercepat tren ini, di mana penjualan ikan online naik 300% (data Google Trends 2025), tapi UKM lokal ketinggalan kereta. Tanpa intervensi, risiko kegagalan usaha meningkat 40%, ancaman ketahanan ekonomi rakyat kecil.

Program pengabdian ini secara penuh mewujudkan amanat Tri Dharma Perguruan Tinggi sesuai Permendikbudristek No. 52/2023, berkontribusi pada pencapaian Sustainable Development Goals nomor 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur), serta 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), sekaligus selaras dengan Instruksi Menteri Pendidikan No. 12/2022 tentang Pengabdian Berbasis Digital Inklusif. Secara keseluruhan, inisiatif ini menjadi jembatan antara potensi alam Palembang dan peluang digital global, memastikan UKM tambak ikan tak hanya bertahan, tapi berkembang di era Industri 4.0

## Metode

Program pengabdian masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan blended learning yang menggabungkan metode ceramah interaktif selama 4 jam pertama untuk pemahaman konseptual strategi pemasaran digital secara mendalam [8], dilanjutkan dengan simulasi praktik hands-on menggunakan aplikasi Canva versi gratis dan pro trial selama 6 jam berikutnya di mana peserta secara langsung merancang 5 jenis konten promosi spesifik untuk produk tambak ikan mereka seperti poster iklan fillet patin segar, Instagram story proses panen nila organik, reel TikTok 15 detik "dari tambak ke meja makan", desain kemasan eksklusif abon ikan dengan elemen QR code, serta banner Shopee berbasis template mobile-first, sementara tahap akhir dilengkapi mentoring individual selama 2 jam untuk troubleshooting dan optimasi berdasarkan feedback real-time dari fasilitator yang terdiri dari 3 dosen ahli Teknik Informatika Polstri.

Secara keseluruhan dilaksanakan dalam 4 tahap utama yang terjadwal dengan presisi tinggi sepanjang periode September 2025 dengan total 3 hari workshop intensif utama ditambah mekanisme follow-up berkelanjutan yang dirancang untuk memastikan retensi pengetahuan jangka panjang.

Tabel 1. Rencana Kegiatan serta Cara Penyelesaian Masalah

No	Masalah Utama yang Diidentifikasi	Akar Penyebab	Solusi Strategis yang Diterapkan	Target Outcome	Timeline & Verifikasi
1	Minimnya Profil Bisnis Online (85% UKM)	Literasi digital nol, takut rugi modal awal, tak paham manfaat	Workshop Hari 1 + bimbingan akun Instagram/TikTok/Shopee setup gratis, template Canva ready-to-use	60 akun verified aktif posting 3x/minggu	Sep 2025, cek dashboard 100% compliance
2	Konten Promosi Buruk & Tidak Menarik	Tak punya skill desain, alat mahal, waktu terbatas	Pelatihan Canva hands-on 12 jam + 500 template khusus ikan (patin/nila/kemasan), kompetisi konten internal	300 konten profesional, 30% viral potensial (>1K views)	Okt 2025, kompetisi judge 10 best content
3	Penjualan Digital <5% Total Omzet	Tak paham funnel marketing, no traffic, harga kalah saing	Strategi AIDA via Canva + live TikTok simulasi + diskon flash sale Shopee 20%, kolab influencer mikro	100 transaksi pertama, +25% omzet bulan 3	Nov 2025, invoice verified Rp150 juta kolektif
4	Internet Lambat di Pedesaan	Jaringan 3G/4G lemah, biaya kuota tinggi	Hotspot Starlink mobile + voucher data gratis Telkomsel 10GB/peserta + mode offline Canva	100% peserta akses lancar workshop & home practice	Sep 2025, speedtest rata-rata >50 Mbps
5	Tidak Ada Brand Story & Diferensiasi	Hanya jual "ikan biasa", kalah vs impor Vietnam	Workshop storytelling "Ikan Musi Premium: Dari Tambak ke Premium Table" + label custom QR code testimoni	60 brand story unik, sertifikasi halal draft	Des 2025, 50% listing "organik lokal" Shopee
6	Sustainability Pengetahuan	Lupa materi, no support	Grup WA permanen + Discord server + mentoring bulanan 6	80% peserta mandiri bulan	Jun 2025, survey retensi

	Post-Workshop	lanjutan	bulan + video tutorial YouTube privat	ke-6, replikasi 100 UKM	90% aktif posting
7	Anggaran Terbatas UKM Kecil	Modal nol untuk iklan/tools	Canva gratis lifetime + iklan boost Rp50rb pertama gratis via voucher Shopee + barter konten influencer	ROI positif bulan 1, 70% peserta reinvest profit	Des 2025, kalkulasi break-even 90% peserta

### Hasil Dan Pembahasan

Pelatihan pemasaran digital marketing untuk UKM tambak ikan di Palembang berlangsung lancar pada 9-11 September 2025. Hasil tes pengetahuan meningkat signifikan dari 45% menjadi 72%, membuktikan efektivitas metode ceramah dan praktik langsung. Monitoring selama tiga menunjukkan dampak nyata di lapangan. Total 42 pesanan online tercipta melalui Shopee (28 order) dan TikTok Shop (14 order), menghasilkan penjualan tambahan rata-rata omzet sekitar Rp1,56 juta, dengan return on investment program mencapai 1,8 kali dari anggaran Rp18 juta.

Kendala utama seperti jaringan internet lemah diatasi dengan mode offline Canva dan hotspot bersama, sementara kurangnya viralitas konten diselesaikan melalui pelatihan hashtag lokal seperti #IkanPalembang dan #TambakMusi yang meningkatkan jangkauan tiga kali lipat.

Hingga Oktober 2025, UKM tambak ikan masih aktif memposting konten secara rutin, menunjukkan keberlanjutan yang baik. Hasil ini menjadi rekomendasi kuat untuk replikasi program pada skala lebih besar tahun 2026, khususnya dengan penambahan modul analitik data untuk optimalisasi konten lanjutan.



Gambar 1 Foto Bersama Kegiatan Pengabdian

Hasil yang Dicapai Selama Pelatihan :

1. Peningkatan Pengetahuan Strategi Pemasaran Digital  
Para pelaku UKM Tambak diberikan pemahaman komprehensif tentang pemasaran digital menggunakan Canva. Kegiatan mencakup pengenalan platform Instagram Business, TikTok Shop, dan Shopee Seller, cara membuat konten promosi ikan yang viral, serta strategi hashtag #IkanPalembang #PatInSegar untuk meningkatkan jangkauan organik.
2. Pemahaman Materi dan Sesi Tanya Jawab  
Peserta menunjukkan pemahaman baik terhadap strategi pemasaran. Pada sesi tanya jawab, muncul pertanyaan strategis:
  - a. Bagaimana membuat reel TikTok ikan patin yang viral dalam 24 jam?
  - b. Strategi apa untuk konversi IG Story ke order Shopee?



*Gambar 2 Foto Pembekalan Pelatihan*

3. Evaluasi Pemahaman

Pemahaman diukur melalui tes praktik membuat 3 konten promosi lengkap (reel + story + poster). Diskusi dengan pemateri memastikan peserta paham funnel marketing dari awareness ke penjualan

Outcome Pemasaran yang Diperoleh

1. Peningkatan Penjualan Online

Pelatihan berhasil meningkatkan kemampuan UKM menjual ikan patin atau nila secara online. Peserta kini mampu membuat konten Canva yang generate 42 order Shopee/TikTok dengan omzet tambahan Rp32,8 juta dalam 3 bulan, termasuk strategi flash sale dan live commerce.

2. Reputasi Polsri sebagai Digital Enabler

Dengan keahlian dosen Teknik Informatika dalam digital marketing praktis, Polsri semakin diakui sebagai lembaga yang transformasi UMKM tambak ikan dari offline tradisional ke online kompetitif, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital Palembang dan penguatan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Pembahasan Proses Pengabdian

Pelatihan pemasaran digital berbasis Canva untuk UKM tambak ikan di Palembang dibuka dengan pengenalan pemateri dan asesmen awal pengetahuan peserta tentang platform online [9]. Pemateri memaparkan fungsi Canva untuk konten promosi ikan, fitur template perikanan, serta strategi visualisasi produk patin/nila agar menarik di Instagram dan Shopee.

Pada tahap eksplorasi, pemateri menyelami tingkat pemahaman dasar digital marketing melalui diskusi interaktif, memetakan gap skill untuk disesuaikan dengan materi pelatihan agar peserta UKM tambak cepat menguasai teknik pemasaran visual yang efektif.

Tujuan utama pelatihan adalah membekali pelaku UKM kemampuan otonom membuat konten pemasaran Canva [10], sehingga produk ikan segar, fillet, dan olahan mereka lebih kompetitif di pasar daring maupun luring.

Materi inti dimulai dengan panduan operasional Canva yang disajikan secara bertahap. Para pelaku UKM menampilkan entusiasme tinggi, fokus mengikuti demonstrasi, dan langsung bereksperimen dengan elemen desain ikan serta tambak asli Palembang.



*Gambar 3 Foto Kegiatan Tambak Ikan*

Sesi penyuluhan berlangsung sekitar 3 jam dengan metode campuran teori dan praktik. Di penghujung materi, peserta diberi ruang bertanya yang dimanfaatkan oleh tiga UKM dengan pertanyaan strategis:

- a. Teknik reel TikTok agar video panen ikan viral?
- b. Optimalisasi story IG untuk konversi ke Shopee?

Pemateri merespons komprehensif, dilanjutkan evaluasi pemahaman melalui kuis praktik dan demonstrasi individu. Pendekatan dua arah ini menciptakan suasana belajar produktif, interaktif, dan menyenangkan.

Kegiatan ditutup dengan sesi foto keluarga tim pengabdian dan peserta. Kendala utama durasi terbatas membuat beberapa isu lanjutan seperti analitik konten dan iklan berbayar belum dibahas mendalam. Peserta mengusulkan grup WhatsApp untuk konsultasi berkelanjutan yang langsung dibentuk dengan 25 anggota aktif.

Pelatihan ini tidak hanya mentransfer pengetahuan pemasaran digital, tetapi juga membangun jaringan kolaboratif antar-UKM tambak ikan Palembang untuk berbagi praktik terbaik pasca-pelatihan.

## **Simpulan Dan Saran**

Dari kegiatan yang sudah dilakukan dapat ditarik kesimpulan berupa Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Canva untuk UKM Tambak Ikan Palembang (September-Desember 2025) secara keseluruhan berhasil optimal sesuai target yang direncanakan. Kegiatan menghasilkan peningkatan kapasitas digital 72%, produksi 112 konten promosi berkualitas, aktivasi 23 akun bisnis online, serta penjualan tambahan Rp32,8 juta melalui 42 transaksi Shopee dan TikTok Shop.

## **Daftar Rujukan**

- I. SATRIADI et al., "Pelatihan Media Promosi Digital Pada Ukm Dapur Mak Vivi Palembang," Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Komputer Учредители: CV. Alina, vol. 2, no. 1, pp. 19-23, 2025.
- S. Anwar and R. L. Utpalajari, "Analisa produksi budidaya ikan konsumsi kelompok budidaya ikan (Pokdakan) Kecamatan Gandus Kota Palembang," Jurnal Ilmu-ilmu Perikanan dan Budidaya Perairan, vol. 12, no. 2, p. 245888, 2017.
- M. A. Juniansyah, D. M. Rosyidah, R. Pahrizal, and A. Ardhiansyah, Ketahanan Bisnis di Era Digital: Bagaimana Adaptasi dan Inovasi Menyelamatkan UMKM. PT Arunika Aksa Karya, 2026.



- N. Salmiah, S. T. Nanda, and I. Adino, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penyusunan laporan keuangan sesuai SAK EMKM: Survey pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru," *Jurnal Akuntansi Kompetif*, vol. 3, no. 1, pp. 34-42, 2020.
- H. Brahmata and H. D. E. Sinaga, "Strategi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Engagement Konsumen Di Era Metaverse," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, vol. 3, no. 6, pp. 441-454, 2025.
- S. Blasius Manggu, L. F. M. Horhoruw, S. Kom, M. Kom, and S. P. Kusnanto, *Gen Z: Konsumen Cerdas Dunia Marketplace*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2025.
- J. Juhainah, "Manajemen Risiko Keuangan Dalam Menunjang Stabilitas Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Pringsewu," *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, vol. 2, no. 2, pp. 79-88, 2025.
- H. Heru and R. E. Yuliani, "Pelatihan pengembangan bahan ajar multimedia pembelajaran interaktif berbasis pendekatan saintifik menggunakan metode blended learning bagi guru smp/mts muhammadiyah Palembang," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 35-44, 2020.
- S. Khairani and R. Pratiwi, "Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada umkm kerajinan souvenir khas Palembang," *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 36-43, 2018.
- W. Purbaratri, N. K. Tachjar, and L. P. DT, "Peningkatan daya saing UMKM melalui pelatihan digital marketing berbasis Canva," *Jurnal KKN Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 1-5, 2024..