



Optimalisasi Pemasaran Kerupuk Kulit Ikan Melalui E-Commerce Pada SMKN 3 Kota Pariaman

Ariusni^{*)1}, Vidyarini Dwita², Tri Kurniawati³, Sri Ulfa Sentosa⁴, Mike Triani⁵, Hari Setia Putra⁶

^{1),5),6)} Ilmu Ekonomi/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Universitas Negeri Padang

²⁾ Manajemen/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Universitas Negeri Padang

³⁾ Pendidikan Ekonomi/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Universitas Negeri Padang

^{*)}Corresponding author, ✉ ariusni77@fe.unp.ac.id

Revisi 28/10/2025;
Diterima 21/10/2025;
Publish 3/11/2025

Kata kunci:

Pemasaran, Ikan Patin,
E-Commerce, Inovasi

Abstrak

Tujuan dari kegiatan penerapan Program ini pada siswa siswi SMKN 3 Kota Pariaman adalah meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam mempromosikan produk yang baik, mempromosikan produk kerupuk kulit ikan patin melalui E-Commerce, dan peningkatan pengetahuan kerjasama dengan aplikasi penjualan dan pengantaran on-line sehingga pendapatan yang diperolehnya meningkat akibat pemasaran produk kerupuk kulit ikan patin semakin baik. Sampel penelitian ini adalah siswa yang melakukan kegiatan kewirausahaan. Pembinaan dan pelatihan yang diikuti oleh 34 siswa sebagai metode yang dilakukan. Kuesioner merupakan cara mengumpulkan data. Pengukuran variabel E-commerce melalui angket dengan menggunakan skala likert mulia dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Data diolah dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yang mencakup rata-rata dan total pencapaian responden. Hasil penelitian menemukan bahwa pelatihan pemasaran online dan penggunaan aplikasi pengantaran bagi pelaku usaha kerupuk kulit ikan patin di SMK 3 Kota berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif dan kategori baik.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author (s)

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Ikan tawar merupakan potensi produksi yang sangat besar di Indonesia umumnya, Kota Pariaman khususnya. Karena sebagian besar wilayah Indonesia adalah air, produksi ikan tawar sangat tinggi di daerah pesisir seperti Kota Pariaman. Karena lokasinya yang pesisir, Kota Pariaman memiliki banyak sekolah vokasional yang berfokus pada bidang perikanan di berbagai tingkatan di seluruh Provinsi Sumatera Barat. Sekolah Menengah Negeri 3 Pariaman

berfokus pada bidang perikanan, serta SUPMN (Sekolah Usaha Perikanan Menengah Negeri) Pariaman dan SPP (Sekolah Pertanian Pembangunan) Pariaman memiliki program budidaya ikan.

Budi daya ikan patin adalah salah satu sektor budi daya ikan air tawar yang paling berkembang karena perawatan dan pengembangan yang mudah dan permintaan pasar yang tinggi (Pangestika et al., 2023). Karena itu, ada peluang penjualan yang tinggi. Namun SMKN 3 kejuruan perikanan ini masih mempunyai kesulitan dalam memasarkan kerupuk kulit ikan patin ini.

Kerupuk kulit ikan patin merupakan produk olahan lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan daerah. Namun, permasalahan yang dihadapi saat ini adalah, terbatasnya keterampilan siswa dalam aspek produksi dan pemasaran serta kurangnya variasi produk, dan rendahnya inovasi. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk membekali siswa-siswi SMKN 3 Kota Pariaman dengan keterampilan inovatif dalam pengembangan produk kerupuk kulit ikan patin.

Kulit ikan patin merupakan limbah hasil filet yang selama ini kurang dimanfaatkan secara optimal. Padahal, kulit ikan patin memiliki tekstur yang renyah jika diolah dengan tepat, serta mengandung kolagen dan protein yang tinggi. Bahan ini sangat potensial untuk dijadikan produk camilan seperti kerupuk, yang memiliki nilai jual tinggi.

Kerupuk ikan patin adalah cemilan yang begizi karena tidak ada campurannya dengan bahan lain. Kerupuk kulit ikan patin lebih baik daripada jenis kerupuk hewan lainnya, seperti kulit sapi, karena kandungan proteinnya yang tinggi. Dibandingkan dengan kerupuk hewan lainnya, rasanya pasti sangat gurih dan lezat.

Budidaya ikan tawar sangat pesat perkembangannya seperti ikan patin, ikan gurame, ikan lele dan lain-lain. Bahkan pemerintah Kota Pariaman membuat program satu rumah satu kolam. Pada tahun 2024 ada 375 keluarga telah melakukan budidaya ikan tawar di rumah masing-masing dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Berikut ini tabel 1 menunjukkan produksi ikan budidaya di kolam berdasarkan kecamatan yang ada di Kota Pariaman.

Tabel 1. Produksi Perikanan Budi Daya di Kolam Menurut Kecamatan Di Kota Pariaman Tahun 2022-2024

No	Kecamatan	Produksi	Luas/Area (Ha)
1	Pariaman Selatan	25,20	82,60
2	Pariaman Tengah	17,80	58,40
3	Pariaman Timur	35,50	116,40
4	Pariaman Utara	20,40	66,90
Total	Tahun 2024	98,90	324,30
	Tahun 2024	99,40	325,90
	Tahun 2024	99,40	325,01

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2025

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa produksi ikan patin di Kota Pariaman pada tahun 2024. Di Kecamatan Pariaman Timur yang terbesar produksi ikan patin sebesar 35,50 ton dengan luas area 116,40 ha dan produksi yang terendah terdapat di Kecamatan Pariaman Tengah sebesar 17,80 ton dengan luas area 158,40 ha. Sementara itu di SMKN 3 Kota Pariaman berada di Kecamatan Pariaman Utara.

Optimalisasi pemasaran yang lain yang belum dilakukan oleh mitra terutama siswa siswi SMKN 3 Kota Pariaman adalah melalui melalui *e-commerce* seperti Tokopedia, Shoppe, Bukalapak, Lazada. Padahal dimasa modernisasi digital ini, cara pemasaran seperti ini sangat diperlukan agar omset penjualan kerupuk ikan patin meningkat (Sani & Lubis, 2022).

Banyak industri atau usaha makanan membutuhkan ikan sebagai input yang akan diolah menjadi output atau hilirisasi produk adalah ikan tawar. Ikan patin sangat berlimpah di Kota Pariaman khususnya setelah ada program pemerintah satu rumah satu kolam.



Gambar. 1. Penjemuran kulit Ikan patin untuk membuat kerupuk ikan patin

Berdasarkan potensi dan peluang di atas maka agroindustri ikan tawar merupakan suatu usaha yang sangat penting dilakukan dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan pendapatan dari anggota Mitra SMKN 3 Kota Pariaman. Hal penting adalah peningkatan kemampuan dari siswa dan siswi dalam memasarkan dan mengembangkan agroindustri kerupuk ikan patin. Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi siswa siswi. Bidang agroindustri yang dapat diusahakan oleh anggota mitra sebagai calon wirausaha baru antara lain; pengolahan kulit ikan patin untuk kerupuk.



Gambar 2. Kegiatan pengeringan kulit ikan patin SMKN 3 Pariaman

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa siswi SMKN 3 Kota Pariaman sedang melakukan pengolahan ikan patin menjadi makan kecil menjadi kerupuk ikan patin. Jumlah produksi kerupuk ikan patin telah berhasil dalam jumlah besar namun mereka mengalami kesulitan dalam memasarkan kerupuk ikan patin tersebut meskipun mereka sudah mempunyai merek produk kerupuk ikan patin.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan pemasarannya tidak berjalan dengan baik karena SMKN 3 belum sepenuhnya memahami cara memasarkan kerupuk ikan patin. Mereka mempunyai keterbatasan dalam pengetahuan pemasaran.



Gambar 3. Kerupuk ikan patin siap dipasarkan di SMKN 3 Kota Pariaman

Hasil observasi dilapangan menunjukkan bahwa kegiatan mengolah agroindustri olahan kerupuk ikan patin ini dilakukan setelah selesai belajar mata pelajaran sekolah. Mereka melakukannya setiap hari setelah mata pelajaran teori selesai dan juga dilakukan pada hari sabtu sepenuhnya. Gambar 3 diatas menunjukkan hasil kerupuk kulit ikan patin siap dipasarkan. Secara ekonomi, keuntungan yang diperoleh dalam mengolah kerupuk ikan patin adalah besar. Namun penjualan kerupuk kulit ikan patin masih sedikit padahal siswa-siswi SMK bisa memproduksi kerupuk kulit ikan patin dalam kapasitas yang besar.

Selain itu untuk bisa memasarkan produk mereka secara luas, siswa-siswi SMKN 3 Kota Pariaman memerlukan pengetahuan dalam pemasaran ikan patin yang efisien dan efektif agar mempunyai bargaining positif yang kuat dalam menjual kerupuk ikan patin tersebut. Mereka membutuhkan pengetahuan dalam cara memasarkan produk melalui E-Commerce seperti Tokopedia, Shoppe, Bukalapak dan Lazada. Dengan diperolehnya pengetahuan tersebut maka akan meningkatkan penjualan kerupuk ikan patin ini. Namun dalam memasarkan produk ini melalui *e-commerce* bukan hal yang mudah juga bagi siswa-siswi SMKN 3 ini, dimana penjualan produk kerupuk ikan patin masih terbatas karena terkendala dalam kemampuan siswa-siswi ini memasarkan kerupuk ikan patin tersebut.

Sejalan dengan paparan di atas maka tujuan pelaksanaan PMKM ini adalah: (1). Meningkatkan omset penjualan kerupuk ikan patin melalui pemasaran secara *online* melalui *e-commerce* dan mempraktekkan cara kerja sama dan penggunaan aplikasi pengantaran on-line; (2). Mempraktekkan bagaimana cara menyusun kalimat agar informasi produk dapat diketahui dengan jelas oleh konsumen dalam rangka untuk mempengaruhi konsumen, dengan istilah *Marketing Communication*. (3). Meningkatkan *market intelligence* yang meliputi penguasaan informasi tentang, segmen pasar, pesaing dan selera (*preference*) para konsumen tentang jenis dan mutu komoditas perikanan pada umumnya. (4). Mendampingi siswa-siswi SMKN 3 dalam melakukan kerjasama dan promosi penjualan baik secara online maupun offline.

Kegiatan pengabdian ini berfokus pada manajemen, terutama manajemen pemasaran dan bisnis digital. Mahasiswa juga akan berperan sebagai tim pelaksana dalam kegiatan pengabdian ini. Sebagai bagian dari program MBKM, mahasiswa akan terlibat dalam program ini sesuai dengan pedoman penelitian dan pengabdian, yang setara dengan minimal 6 SKS.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan ini juga akan menjadi wadah pencapaian indikator kinerja perguruan tinggi diantaranya: IKU 2 Kegiatan pengabdian ini meningkatkan keterlibatan mahasiswa pada kegiatan di luar kampus sehingga mendorong tercapainya IKU; IKU 3 Dosen berkegiatan di luar kampus, dalam wujud pelaksanaan kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi; IKU

5 Kegiatan pengabdian ini akan menghasilkan artikel bereputasi internasional atau diterapkan pada masyarakat, sehingga akan mendorong peningkatan pencapaian IKU 5.

Solusi dan Target

Pelatihan dilakukan agar pengetahuan, keterampilan dan kemampuan mitra menjadi meningkat dalam hal optimalisasi pemasaran, pemasaran dengan media sosial dan pemasaran dengan aplikasi pengantaran on-line. Pelatihan tersebut diantaranya adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mitra dalam hal pemasaran produk yang baik. Salah satu caranya adalah memberikan ceramah dan diskusi serta praktek mengenai optimalisasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Solusi Produksi

Permasalahan dalam bidang produksi dimana (1). Pengembangan produk agroindustri kerupuk kulit ikan patin agar bisa menghasilkan variasi atau aneka makanan kerupuk kulit ikan patin yang bergizi dan lezat. Inovasi produk agroindustri kerupuk kulit ikan patin juga diperlukan. Caranya mengatasi permasalahan ini dengan melakukan pelatihan untuk siswa-siswa SMKN 3 Kota Pariaman dalam menghasilkan produk kerupuk ikan patin yang bervariasi agar produksi dan penjualannya meningkat. 2). Inovasi produk. Dalam menghasilkan produk agroindustri berbasis ikan laut perlu juga dilakukan inovasi. Inovasi ini bisa dalam bentuk dalam menghasilkan biaya yang semakin rendah dengan kualitas olahan ikan yang enak dan bervariasi. Masalahnya siswa SMKN 3 adalah masih sulit bervariasi produk-produk yang basisnya ikan sehingga produk yang dihasilkan tidak mengalami inovasi. Caranya mengatasi permasalahan ini dengan melakukan pelatihan untuk siswa-siswa SMKN 03 dalam membuat inovasi produk kerupuk ikan patin.

Solusi Pemasaran

- a) Mempraktekkan cara memasarkan produk melalui *e-commerce* seperti Tokopedia, Shoppe, Bukalapak, Lazada Facebook, Market place, WhatsApp, Kaskus, Tittok, Telegram, Youtube, Path, Google+, Instagram, Twitter, dan Email marketing.



- b).Mempraktekkan teknik membuat konten foto, video promosi dan iklan biar produk menarik.



- c). Mempraktekkan bagaimana cara menyusun kalimat agar informasi produk dapat diketahui dengan jelas oleh konsumen dalam rangka untuk mempengaruhi konsumen.



e). Mempraktekkan cara kerja sama dan penggunaan aplikasi pengantaran on-line



Solusi Manajemen

Pentingnya peningkatan kualitas produk agroindustri yang berbasis ikan dijaga jika kualitas produk makanan yang berbasis ikan patin tersebut seharusnya sudah sangat baik (Imadudin et al., 2025). Kualitas produk makanan yang bahan dasar ikan merupakan komponen penting dalam memasarkan produk turunan ikan agar permintaannya meningkat terus. Kualitas produk adalah unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha. Persoalannya siswa SMKN 3 Kota Pariaman ini belum mampu menjaga kualitas produk kerupuk ikan patin sehingga menghasilkan produk makanan yang enak dan lezat. Solusi yang ditawarkan adalah Siswa-siswi SMKN 3 Kota Pariaman harus mendapatkan pelatihan bagaimana meningkatkan kualitas agroindustri produk kerupuk ikan patin.

Pendampingan dilakukan dalam rangka membimbing mitra dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan saat pelatihan. Kemudian, berdiskusi mencari solusi ketika mereka menghadapi berbagai permasalahan di lapangan dalam penerapan materi-materi pelatihan serta melakukan monitoring dari apa-apa yang telah dilakukan mitra setelah pelatihan. Dari kegiatan ini akan terukur seberapa jauh penerapan materi pelatihan yang diberikan dapat diaplikasikan dalam menjalankan aktivitas usaha sehari-hari. Semua solusi yang ditawarkan di atas ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dalam pemasaran produk kerupuk ikan patin dan keterampilan menggunakan media online dari mitra sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan mitra.

Kegiatan pengabdian ini adalah melakukan transfer ilmu pengetahuan dan keahlian mengenai optimalisasi pemasaran produk kerupuk ikan patin, peningkatan kualitas dan inovasi produk kerupuk ikan patin serta kerjasama dan pengantaran online kepada siswa-siswi SMKN 3 Kota Pariaman. Kegiatan pengabdian ini diharapkan bisa membantu siswa-siswi dan guru pendamping SMKN 3 Kota Pariaman dalam memasarkan produk kerupuk ikan patin melalui e-commerce dan kerjasama pengantaran online serta dalam peningkatan kualitas produk dan inovasi dalam usaha meningkatkan omset penjualannya sebagai income generating pada sekolah tersebut. Metode yang dalam kegiatan ini adalah metode sosial dan partisipatif dengan memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran dan pengembangan usaha kepada mitra.

Kegiatan pelatihan optimalisasi pemasaran produk usaha ikan patin melalui e-commerce untuk meningkatkan volume penjualan kerupuk ikan patin. Pelatihan juga diberikan cara menyusun kalimat agar informasi produk dapat diketahui dengan jelas oleh konsumen dalam rangka untuk mempengaruhi konsumen. Kegiatan penerapan teknologi berupa kerjasama dan penggunaan aplikasi pengantaran on-line untuk mendorong penjualan yang lebih meningkat dan meningkatkan nilai tambah produk. Pendampingan untuk melakukan koordinasi dan kerjasama aplikasi pengantaran online dan aplikasi e-commerce dalam pemasaran produk dalam rangka meningkatkan penjualan produk kerupuk ikan patin

METODE PELAKSANAAN

Penelitian dengan sampel yang dilakukan pada siswa dan siswi SMK 3 Kota Pariaman yang mempromosikan dan memasarkan produk kerupuk ikan patin kepada masyarakat. Pengabdian ini dengan melakukan pelatihan dengan narasumber yang ahli dibidang pemasaran yang melatih siswa-siswi SMK 3 Kota Pariaman. Peserta yang hadir 34 orang siswa dan siswi yang mengelola kerupuk kulit ikan patin tersebut. Setelah kegiatan dilakukan, para siswa dan siswi ini dievaluasi pengetahuan tentang pemasaran e-commerce ini melalui angket atau kuesioner.

Diharapkan bahwa peserta program akan memperoleh dan menerapkan keterampilan khusus yang diajarkan. Sukses sebuah pelatihan bergantung pada motivasi peserta untuk belajar hal-hal baru. Setelah pelatihan, diharapkan peserta dapat menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang mereka peroleh dalam pelatihan mengembangkan usaha agar tetap maju pesat dengan inovasi terbaru produk yang dihasilkan.

Dari segi spesifikasi teknologi, siswa akan diberikan pelatihan dalam penggunaan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan Instagram Shopping, yang akan dijadikan sebagai media utama untuk menjual produk secara online. Selain itu, mereka akan menggunakan perangkat seperti smartphone dengan kamera minimal 12 MP atau laptop dengan RAM minimal 4GB, agar dapat mengelola toko online dengan lancar dan menghasilkan foto serta video produk berkualitas tinggi. Aplikasi desain grafis seperti Canva dan Photoshop juga akan digunakan untuk membuat desain kemasan serta konten promosi yang menarik. Sedangkan dalam aspek transaksi, sistem pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet (Dana, OVO, GoPay), dan transfer bank akan diterapkan untuk memudahkan pembelian dan mempercepat proses transaksi.

Kebermanfaatan dari implementasi IPTEKS ini sangat luas, terutama bagi siswa, sekolah, dan masyarakat sekitar. Bagi siswa SMKN 3 Kota Pariaman, program ini akan membantu mereka menguasai keterampilan digital marketing dan kewirausahaan berbasis teknologi, yang dapat menjadi bekal untuk memulai usaha setelah lulus. Sekolah juga akan mendapatkan manfaat berupa peningkatan daya saing produk unggulan, yang dapat dipasarkan lebih luas dan membantu dalam pengembangan program kewirausahaan sekolah. Selain itu, masyarakat sekitar, terutama pelaku UMKM di bidang kuliner, dapat memperoleh manfaat dari transfer ilmu dalam pemasaran digital yang lebih modern dan efisien.

Dari segi kapasitas pemanfaatan, program ini akan dimulai dengan uji coba pemasaran oleh siswa, dengan target awal menjual produk di lingkungan sekolah, komunitas lokal, dan pasar digital dalam kota. Setelah itu, dengan optimalisasi promosi dan evaluasi strategi pemasaran, diharapkan produk dapat mencapai pasar regional bahkan nasional melalui e-commerce. Implementasi ini akan dilakukan dalam beberapa tahapan, dimulai dari pelatihan dan pendampingan, pembuatan konten dan toko online, pengelolaan transaksi, hingga monitoring dan evaluasi penjualan. Dengan adanya pendekatan ini, diharapkan kerupuk kulit ikan dari SMKN 3 Kota Pariaman dapat dikenal luas, meningkatkan nilai ekonomis produk, serta memberikan dampak positif bagi siswa dan masyarakat sekitar.

Evaluasi kegiatan yang bertujuan untuk melihat kontribusi dan manfaat kegiatan PMKM ini di SMKN 3 Kota Pariaman. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan memberikan angket tentang pengetahuan mitra sebelum pelatihan dan setelah pelatihan dilakukan serta angket kepuasan mitra yang berkaitan penilaian terhadap materi yang disampaikan kepada mitra apakah bermanfaat, teknis penyajian materi dan tanya jawab saat kegiatan. Diharapkan setelah program ini selesai, program yang telah dilatihkan dan dibimbing serta implementasinya terus dijaga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran produk meliputi: a). Pemasaran Online merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi yang diterapkan dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan efisiensi dalam strategi pemasaran di era globalisasi. Pemasaran melalui fitur konten online antara lain melalui media sosial atau penggunaan jaringan internet. Pemasaran digital melalui website, media sosial, email marketing, blog dan influencer. Trend tersebut menyebabkan peluang untuk mengadopsi strategi pemasaran digital. Pemasaran digital: strategi pemasaran untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital: media sosial atau jejaring sosial, website, blog, dan pemasaran melalui email. Kenapa online? Karena; (1). pasar dan pesaing sudah online; (2). Pelanggan menginginkan kenyamanan dan kemudahan; (3). Pelanggan tidak membuang-buang waktu mereka untuk mencari keberadaan produk secara online; (4). Pelanggan ingin berinteraksi dengan brand atau merek dan produk sipenjual. Memberi kesempatan mereka untuk berdiskusi dan berinteraksi. Keuntungan pemasaran melalui On-line adalah (1). Tanpa batas waktu; (2). Tanpa batas tempat; (3). Biaya murah; (4). Operasional dalam waktu singkat; (5). Kemudahan dalam melakukan transaksi; (6). Ruang iklan yang lebih banyak; (7). Produktivitas meningkat. b). Konsep Online Marketing; Menariknya, 85% dari perusahaan yang melibatkan perdagangan online tersebut adalah usaha berskala kecil dan menengah (Celuch et al., 2007). c). Perbandingan Keuntungan Usaha Offline dan Online

Dalam menjalankan bisnis online membutuhkan modal yang jauh lebih murah dibanding bisnis offline?". c). Toko Online VS Toko Offline? ; Hasil Riset Nielsen Online : 80% pembeli membeli di Toko setelah mengunjungi toko online (Nielson, 2023). Ada 58% diantaranya membeli di toko yang situs webnya paling sering mereka kunjungi. Hasil riset di atas menunjukkan bahwa online bisa meningkatkan penjualan offline. Mereka yang membeli barang di sebuah toko melakukan riset terlebih dulu. Riset paling sering dilakukan di dunia maya ketimbang di toko tempat mereka membeli produknya. Perbandingannya, 52% meriset terlebih dulu di online, dibanding 25% yang meriset di toko. Yang 52% itu datang ke toko sudah dengan bekal informasi yang memadai, sehingga tahu apa yang akan mereka beli.

Gambaran Umum E-Business & E-Commerce; Perdagangan elektronik (e-commerce, EC). Proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. E-business. Definisi lebih luas untuk EC, meliputi pembelian dan penjualan barang serta jasa, dan juga pelayanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis, pelaksanaan e-learning dan pelaksanaan transaksi elektronik dalam perusahaan. Cara-cara baru dan inovatif untuk menggunakan internet, komputer dan teknologi komunikasi untuk berhubungan dengan pemasok dan melayani pelanggan secara lebih baik. Penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka, tetapi pelanggan diseluruh dunia bisa berkunjung ketoko tersebut baik siang atau malam dan berharap menerima perhatian secara pribadi.

Pengembangan produk agroindustri kerupuk kulit ikan patin dengan a). Variasi produk kerupuk kulit ikan patin terdiri dari 1. Kerupuk Kulit Ikan Patin Original (Asli); 2. Kerupuk Kulit Ikan Patin Balado; 3. Kerupuk Kulit Ikan Patin BBQ; 4. Kerupuk Kulit Ikan Patin Keju; 5. Kerupuk

Kulit Ikan Patin Rumput Laut; Kerupuk Kulit Ikan Patin Rumput Laut; 6. Kerupuk Kulit Ikan Patin Cabai Hijau; 7. Kerupuk Kulit Ikan Patin Rendang; 8. Kerupuk Kulit Ikan Patin Mini Crispy; 9. Kerupuk Kulit Ikan Patin Fortifikasi Jagung; 10. Kerupuk Kulit Ikan Patin Rasa Jeruk Purut; b). Tips Pengembangan terdiri dari; Uji rasa per varian (sampling siswa/guru); Catat reaksi konsumen (suka/tidak suka); Coba kemasan berbeda per varian (warna/ikon). Produk-produk ini menunjukkan bahwa kulit ikan dapat diolah menjadi makanan ringan dengan daya saing tinggi di pasar lokal maupun nasional. c). Nilai Ekonomi dan Gizi Produk Berbasis Ikan terdiri dari Nilai Gizi: Produk olahan kulit ikan mengandung protein, omega-3, kolagen, serta mineral penting seperti kalsium dan fosfor. Ini menjadikannya camilan yang tidak hanya enak tetapi juga sehat; Nilai Ekonomi: Bahan baku kulit ikan murah dan melimpah. Dengan pengolahan sederhana, bisa memberikan nilai tambah yang besar dan membuka peluang usaha bagi siswa; Peluang Pasar: Produk camilan sehat dan berbasis laut sedang tren di pasar (Nismara et al., 2023). Pemasaran digital (e-commerce) memperluas jangkauan dan potensi pendapatan (Anggraini et al., 2023). d). Teknik Variasi Produk Kerupuk Kulit Ikan terdiri dari Penambahan bahan rempah dan bahan lokal lainnya; Modifikasi bentuk dan tekstur; Praktek langsung pembuatan varian produk. e). Inovasi Efisiensi Produksi yang terdiri dari Teknik pengolahan hemat biaya; Alat sederhana untuk meningkatkan efisiensi; Penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP); Simulasi perbandingan biaya dan keuntungan.

Tabel 2. Pemasaran Online dan Penggunaan Aplikasi Pengantaran dalam Penjualan Kerupuk Ikan Patin

No	Pernyataan	Rata-rata	TCR
A	Persepsi dan Pemahaman Umum		
1	Saya memahami bahwa pemasaran online dapat meningkatkan omset penjualan produk	4,52	90,37
2	Saya mengetahui cara kerja dasar platform e-commerce (seperti Shopee, Tokopedia, atau TikTok Shop)	4,11	82,22
3	Saya memahami manfaat penggunaan aplikasi pengantaran (seperti Gojek, Grab, Maxim, dll) dalam bisnis	4,07	81,48
B	Pengalaman dan Penerapan Praktik		
4	Saya pernah mencoba memasarkan produk melalui platform e-commerce.	3,00	60,00
5	Saya pernah menggunakan aplikasi pengantaran untuk mengirim produk ke pembeli.	2,67	53,33
6	Saya merasa lebih mudah menjangkau pembeli melalui platform online dibanding pemasaran langsung.	4,00	80,00
	C. Kemampuan dan Kesiapan		
7	Saya merasa mampu membuat akun dan mengelola toko online secara mandiri.	3,52	70,37
8	Saya merasa percaya diri menggunakan aplikasi pengantaran untuk bisnis saya	3,67	73,33
9	Saya mampu membuat konten promosi (foto/video) yang menarik untuk diunggah ke media sosial atau e-commerce.	3,81	76,30
	D. Dampak dan Harapan		
10	Menjual kerupuk ikan patin melalui e-commerce bisa meningkatkan penjualan secara signifikan.	4,26	85,17

11	Penggunaan aplikasi pengantaran online membuat proses penjualan jadi lebih efisien dan cepat.	3,58	71,58
13	Saya ingin terus mempelajari cara meningkatkan pemasaran produk secara online.	3,58	71,58
	Rata-Rata	3,73	74,61

Sumber: Data Primer (2025)

Pada data yang disajikan pada Tabel 2 dapat peserta pelatihan, pelaku usaha Kerupuk kulit ikan patin pada SMK 3 Kota, memperoleh pengetahuan tentang Pemasaran Online dan Penggunaan Aplikasi Pengantaran dalam Penjualan Kerupuk Ikan Patin dengan rata-rata nilai 3,37 dan total capaian responden (TCR) sebesar 74,61, diaman responden berada di kategori cukup baik hingga baik. Artinya, pelaku usaha sudah memahami dan mampu menerapkan pemasaran online serta penggunaan aplikasi pengantaran dalam menjual produk kerupuk ikan patin, walaupun masih ada ruang untuk peningkatan. Ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kerupuk kulit ikan patin di SMK 3 Kota sudah memiliki pengetahuan yang baik (TCR 74,61%) dengan rata-rata skor 3,37 mengenai pemasaran online dan aplikasi pengantaran. Namun, masih perlu peningkatan agar pengetahuan tersebut naik ke level sangat baik, misalnya lewat pelatihan lanjutan, pendampingan praktik, atau simulasi langsung pemasaran digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan pemasaran online dan penggunaan aplikasi pengantaran bagi pelaku usaha kerupuk kulit ikan patin di SMK 3 Kota berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif. Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata pengetahuan peserta sebesar 3,37 dengan capaian responden (TCR) 74,61%, yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini berarti pelaku usaha telah memperoleh pemahaman yang cukup baik mengenai strategi pemasaran digital serta pemanfaatan aplikasi pengantaran dalam mendukung penjualan produk. Meskipun demikian, masih terdapat ruang peningkatan agar kemampuan peserta dapat berkembang menuju kategori sangat baik, melalui pelatihan lanjutan, praktik langsung, dan pendampingan intensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S. D., Yafiz, M., & Harahap, R. D. (2023). Strategi Produksi Kerupuk Kulit Ikan Patin dalam Memenuhi Permintaan dan Peningkatan Pendapatan pada CV. Raja Patin Indonesia dengan Menggunakan Metode Pentahelix. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v8i1.18298>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Kota Pariaman Dalam Angka 2025* (Badan Pusat Statistik Kota Pariaman (ed.)). Badan Pusat Statistik Kota Pariaman. <https://pariamankota.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/3893b9eab09cb77c6dd90852/kota-pariaman-dalam-angka-2025.html>
- Imadudin, R. M., Ruliyandi, R., & Heryadi, D. Y. (2025). Manajemen Produksi dan Pemasaran Usaha Abon dan Kerupuk Kulit Ikan patin. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 176–185. <https://doi.org/10.37476/jbk.v14i2.5021>
- Nielson. (2023). *2023 Annual Marketing Report: Perlunya pengukuran yang konsisten dalam lanskap yang mengutamakan digital*. <https://www.nielsen.com/id/insights/2023/need-for-consistent-measurement-2023-nielsen-annual-marketing-report/>
- Nismara, A. P., Haryono, D., & Affandi, M. I. (2023). Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Kulit Ikan Patin (Studi Kasus pada Rafin's Snack Kabupaten Pringsewu). *Jurnal Ilmu-Ilmu*

Agribisnis, 11(3), 158. 0.23960/jiia.v11i3.7260

Pangestika, W., Nusaibah, & Sa'diyah, J. H. (2023). Pemanfaatan Kulit Ikan Patin (*Pangasius pangasius*) Menjadi Keripik Kulit. *Journal of Fisheries and Marine Science*, 7(1), 66–85. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/torani>

Sani, I., & Lubis, T. (2022). Pengaruh Networking Dan Service Quality Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerupuk Kulit Ikan Patin Di Pusat Pengembangan Produk Unggulan Daerah Deli Serdang. *Jurnal Akuntansi Aktiva*, 3(2). <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/aktiva/article/view/3381>