

Mamarikan : Web Platform Penjualan Hasil Ikan Laut Dan Olahannya

1st Muhammad Abduh Husaini Batubara
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
abduhbatubara@student.telkomuniversit
y.ac.id

2nd Muhammad Yusuf Basqara
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
yusufbasqara@student.telkomuniversi
ty.ac.id

3rd Alfian Akbar Gozali
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
alfian@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Indonesia merupakan negara maritim yang memiliki luas wilayah laut sekitar 3,25 juta Km² dan 2,55 juta km² zona ekonomi eksklusif sehingga Indonesia merupakan negara dengan kekayaan laut melimpah. Berdasarkan penelitian dari LIPI bahwa Indonesia memiliki potensi kekayaan laut mencapai Rp. 1.700 Triliun, hal ini setara dengan 93% APBN Indonesia pada tahun 2018. Hal ini, berbanding terbalik dengan kondisi ekonomi masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan karena pandemi mengakibatkan dampak ekonomi terhadap nelayan. Data menunjukkan bahwa rata-rata penurunan harga komoditas di beberapa daerah menurun hingga 10% diakibatkan hambatan pengiriman komoditas, permintaan yang menurun dan lainnya. Dalam proyek akhir ini, tim mengusulkan solusi berjudul mamarikan yaitu sebuah platform jual beli berbagai jenis hasil laut baik yang mentah atau sudah diolah secara online berbasis website. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh tim pada agustus 2021 bahwa para nelayan menjual hasil tangkap mereka kepada pengepul yang kemudian para pengepul besar akan menjual hasil yang dia beli kepada pengepul kecil dilanjutkan ke pedagang di pasar lalu ke konsumen. Hal ini menyebabkan harga bahan pokok yang mahal tetapi harga beli yang murah. Oleh karena itu, mamarikan hadir untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan dengan mengurangi alur distribusi yang panjang.

Kata kunci — Nelayan, Indonesia, Hasil Laut, Website, Pengepul, Kelautan

Abstract — Indonesia is a maritime country that has an area of about 3.25 million km² of sea and 2.55 million km² of exclusive economic zone so that Indonesia is a country with abundant marine wealth. Based on research from LIPI that Indonesia has the potential for marine wealth to reach Rp. 1,700 trillion, this is equivalent to 93% of the Indonesian state budget in 2018. This is inversely proportional to the economic condition of the people who work as fishermen because the pandemic has had an economic impact on fishermen. Data shows that the average decline in commodity prices in several regions decreased by up to 10%. In this final project, the team proposed a solution is mamarikan, which is a platform for buying and selling various types of seafood, either raw or processed online based on a website. Based on a survey in August 2021, that fishermen sell their product to distributor, then distributor sell for trader and trader sell for consumer. This causes the price of basic commodities to be expensive but the purchase price is cheap. Therefore, mamarikan is here to improve the welfare of fishermen by reducing long distribution channels.

Keywords— Fishermen, Indonesia, Marine Products, Website, Collectors, Marine

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak Covid-19 pada awal maret 2020, nasib nelayan dan pelaku usaha perikanan, baik skala kecil maupun besar saat ini sangat berdampak dan mengalami penurunan pendapatan akibat harga ikan yang terus menurun[1]. Berdasarkan data bahwa rata-rata penurunan harga komoditas ikan di beberapa daerah menurun hingga 10%, hal ini diakibatkan oleh berbagai dampak seperti hambatan pengiriman komoditas, permintaan yang menurun akibat pembatasan sosial dan lain sebagainya. Kondisi itu mengancam kesejahteraan keluarga nelayan yang ada sekarang[2]. Distribusi merupakan salah satu persoalan utama dalam sektor perikanan. Produktivitas ikan yang besar seringkali menjadi sia-sia karena biaya operasional pengangkutan dan penyimpanan sangat tinggi yang berakibat pada harga ikan yang tidak stabil.

Disisi lain, perkembangan teknologi mengakselerasi pertumbuhan e-commerce di Indonesia untuk berbelanja online. Menurut data dari Badan Pusat Statistik peningkatan belanja online untuk bahan-bahan pokok meningkat 51% selama pandemi[3]. Salah satu bahan yang dibeli secara online adalah ikan laut, cumi-cumi dan berbagai produk laut lainnya. E-Commerce yang menjual hasil laut secara online saat ini sudah banyak seperti Aruna, eFishery, dan lainnya, akan tetapi beberapa startup ini memiliki kelemahan seperti jaminan kualitas produk yang tidak terjamin, jangkauan pasar yang tidak luas dan target konsumen untuk pasar ekspor. Oleh karena itu, peluang usaha untuk target pasar untuk konsumen rumah tangga dan UMKM yang bergerak di bidang makanan masih berpeluang besar untuk menjadi peluang pasar baru.

Berdasarkan fakta tersebut, maka kami membuat ide bernama MAMARIKAN sebuah bisnis usaha yaitu membuat website penjualan ikan dan hasil laut untuk meningkatkan jumlah penjualan nelayan terkhusus di daerah sukabumi dan daerah bandung. Bisnis ini, memiliki potensi yang sangat

besar dikarenakan dampak covid-19 mendukung perkembangan teknologi dengan cepat dan kita berada pada fase recovery setelah pandemi sehingga kebutuhan masyarakat akan kebutuhan hasil laut akan terus meningkat. Keunggulan produk ini dibanding kompetitor yang lain yaitu 1) Memanfaatkan website sebagai platform penjualan yang bisa diakses oleh berbagai device. 2) Terdapat jaminan ikan atau hasil laut segar dikarenakan terdapat fitur waktu untuk setiap jenis ikan sehingga kualitas ikan terjamin untuk para konsumen. 3) Memiliki pengiriman yang same-day untuk beberapa daerah yang terdapat pada kota Bandung dan sekitarnya. 4) Membuka kesempatan kemitraan untuk masyarakat yang berminat usaha di daerah masing-masing.

Berdasarkan masalah tersebut, kami menawarkan solusi berupa aplikasi berbasis web sebagai sarana penghubung antara nelayan dengan masyarakat yang kami beri nama Mamarikan. Melalui Mamarikan, para nelayan dan masyarakat yang tertarik untuk membeli hasil perikanan dapat saling berkomunikasi dan melakukan transaksi tanpa batas ruang dan waktu. Sehingga di masa depan, nelayan lokal Indonesia dapat mandiri tanpa terlalu mengandalkan pengepul sehingga keuntungan yang diperoleh menjadi lebih besar dan meningkatkan kesejahteraan hidup mereka. Selain itu, dengan membeli hasil tentunya produk yang dijual berkualitas dan tanpa bahan kimia.

B. Identifikasi Masalah

Dengan latar belakang sebagaimana diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

1. Bagaimana cara meningkatkan pasar penjualan ikan kepada masyarakat yang lokasinya jauh dari pasar ikan/nelayan ?
2. Bagaimana menjamin ikan berkualitas dan fresh yang dikirim ke masyarakat lokasinya jauh ?

C. Solusi

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka kami membangun bisnis MAMARIKAN dengan solusi yang ditawarkan sebagai berikut :

1. Membuat Sistem Jual Beli ikan secara online berbasis website dan aplikasi sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas.
2. Menggunakan sistem pengiriman same day dari hari pemesanan dan menggunakan kemasan terbaik agar kualitas ikan tidak menurun.

D. Target Pasar

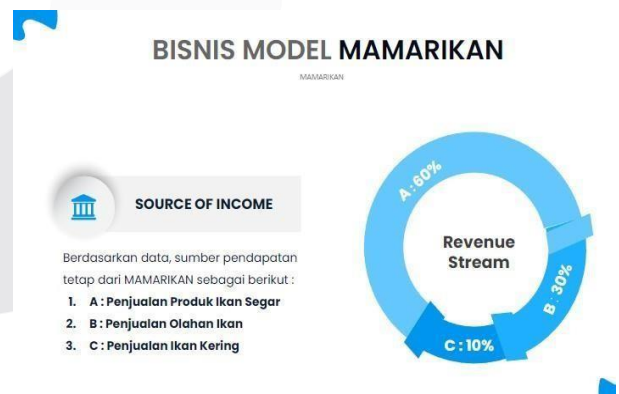


GAMBAR 1
TARGET PASAR MAMARIKAN

Berdasarkan gambar diatas, mamarikan berfokus pada masyarakat terutama ibu rumah tangga dan usaha mikro kecil & menengah khusus kuliner di Sulawesi Utara dengan jumlah target sekitar 600 ribu ibu rumah tangga dan 58 ribu untuk UMKM. Dari Service Available Market (SAM) tersebut, mamarikan dapat menarik market share sejumlah 6% dari para kompetitor sehingga terdapat 40 ribu ibu rumah tangga yang bisa menjadi target pasar kami. Selanjutnya terdapat kurang lebih 2 ribu atau sekitar 5% dari service available market yang dapat menjadi market share dari mamarikan..

E. Model Bisnis

Bisnis model yang akan diterapkan oleh mamarikan adalah marketplace, yang berarti mamarikan membeli hasil laut yang ditangkap nelayan lebih mahal dari harga di pasar sekitar 5% - 10% sehingga nelayan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibanding sebelumnya. Selanjutnya, mamarikan juga melakukan diversifikasi yang berfokus terhadap 3 produk yaitu ikan segar, ikan kering dan olahan ikan yang dapat meningkatkan pendapatan para nelayan dengan tidak hanya menjual bahan jadi, tetapi bahan yang telah diolah sehingga meningkatkan harga produk dipasaran. Untuk lebih jelas, silahkan lihat gambar 2 berikut ini:



GAMBAR 2.
BISNIS MODEL MAMARIKAN

Pada gambar dijelaskan bisnis model mamarikan yang melakukan diversifikasi produk untuk meningkatkan harga jual dipasaran.

II. PENELITIAN TERKAIT

- A. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang relevan dengan judul ini yaitu penelitian berjudul “Perancangan e-Marketplace Maswira (Masyarakat Pesisir Berwirausaha) pada Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Bombana” yang disusun oleh Nurfitri Ningsi, Suyanti, dan Sarimudin. Kesimpulan yang didapatkan bahwa aplikasi e-commerce dapat menjadi peluang untuk mempromosikan produk unggulan local kepada para investor dan konsumen untuk menambah pangsa pasar local. Selanjutnya dibutuhkan sinergi antara pengguna, swasta ataupun pemerintah dalam pembenahan infrastruktur penunjang layanan sehingga dapat berkelanjutan sesuai dengan harapan masyarakat.
- B. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan judul ini dan dapat dijadikan acuan, yaitu penelitian berjudul “Model Manajemen Rantai Pasok Industri Perikanan Tangkap Berkelanjutan Di Propinsi Maluku” yang disusun oleh Siti Chairiyah Batubara, M. Syamsul Maarif, Marimin, Hari Eko Irianto. Didapat bahwa kesimpulan terkait menunjukkan bahwa pembangunan industri perikanan tangkap memiliki permasalahan yaitu: (1) keterbatasan sarana dan prasarana; (2) keterbatasan fasilitas transportasi dan komunikasi; (3) keterbatasan SDM, akses permodalan dan kapasitas pelaku usaha; (4) belum terfokusnya komoditas dan industri pengolahan; (5) lemahnya kelembagaan dan sosial budaya. Hal tersebut mengakibatkan industri perikanan tangkap di provinsi maluku belum berkelanjutan dan sistem rantai pasok ikan yang belum stabil dikarenakan banyak fasilitas yang kurang memadai.
- C. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan judul ini dan dapat dijadikan acuan, yaitu penelitian berjudul “Pengembangan Aplikasi E-Commerce Fishgo Gunameningkatkan Kesejahteraan Nelayan Dan Meningkatkan Konsumsi Ikan Indonesia” yang disusun oleh M Visa Ramadhan, Leonard Tasuno Laiya, Nagatah Mulia, Alika Ketifa, Ruslina Simanullang. Dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah kebutuhan masyarakat Indonesia terkait kebutuhan perikanan dan maritim masih sangat besar, selain itu Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki letak geografis dan sumber daya yang berlimpah. Oleh karena itu, fishgo hadir untuk mendorong percepatan penjualan kepada masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan nelayan dan konsumsi ikan di Indonesia.

III. METODE

Bagian ini menjelaskan analisis kebutuhan pengguna, perancangan aplikasi hingga kebutuhan hardware & software dalam pengembangan website Mamarikan.

A. Analisis Kebutuhan Pengguna

Berdasarkan survey yang dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu google form maka

ditemukan karakteristik calon pengguna mamarikan. Google form disebarluaskan melalui daring yang menargetkan kota Kotamobagu, Sulawesi Utara. Oleh karena itu, website mamarikan terdapat 2 jenis pengguna diantaranya Admin Mamarikan dan Pelanggan MAMARIKAN yang befokus pada segmentasi pasar usia 27 ke atas dengan gender laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan hasil riset dengan metode kuantitatif yang dilakukan kepada kurang lebih 64 orang dengan latar belakang yang berbeda-beda seperti ibu rumah tangga, mahasiswa, asisten rumah tangga, pekerja kantor dan lainnya. Selain itu, rentang usia yang disurvei dari usia 18 – 50 tahun dengan jenis kelamin lelaki dan perempuan. Dalam hasil survey itu, target survey didominasi oleh gender perempuan dengan rentang usia 24 tahun ke atas. Oleh karena itu, berdasarkan informasi tersebut, maka dilakukan eksplorasi untuk membangun fitur aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna yang akan diuraikan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil eksplorasi maka fitur yang dibutuhkan pertama kali adalah fitur *dashboard* yang digunakan untuk melihat berbagai produk yang disediakan oleh mamarikan dengan rincian seperti jenis ikan, harga, gambar ikan, deskripsi produk dan ulasan pengguna lain. Oleh karena itu, pengguna dapat membeli produk yang diinginkan dengan mudah.

Selanjutnya, pengguna akan memilih beberapa produk dari dashboard yang akan dimasukkan ke dalam keranjang. Produk yang sudah dimasukkan ke dalam akan dicek oleh pengguna, jika sudah sesuai maka pengguna dapat melakukan checkout produk yang mereka inginkan. Sebelum melakukan checkout, pengguna diinstruksikan untuk mengisi alamat pengiriman, nomor telepon dan opsi pembayaran yang diinginkan. Kemudian, admin akan segera melakukan proses pengemasan untuk segera dikirim kepada pengguna.

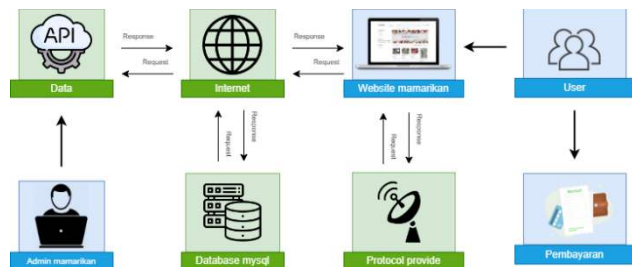
Keunggulan dari website mamarikan adalah memiliki fitur waktu, yang berarti bisa mengukur kesegaran ikan yang ditangkap sejak proses penangkapan hingga proses pengiriman ke pengguna. Selain itu, proses pengiriman juga cepat dikarenakan ikan akan disimpan dalam kulkas pendingin yang bisa langsung dikirim jika dibutuhkan. Fitur yang tidak kalah menarik adalah fitur dompet digital yang berfungsi untuk mempermudah pengguna dalam berbelanja dengan tidak harus menggunakan uang tunai.

Selain fitur dompet digital, metode pembayaran yang digunakan pada website mamarikan bisa bermacam-macam diantaranya melalui transfer bank, uang tunai, QRIS dan beberapa jenis metode pembayaran lainnya. Mamarikan juga menyediakan fitur untuk admin mengelola data yang terdapat pada website sehingga bisa menjadi landasan dalam pengambilan strategi dan pengelolaan website untuk pengguna. Dashboard admin juga memiliki beberapa data seperti jumlah transaksi, laporan penjualan, jumlah pengguna, stok produk dan lainnya.

B. Perancangan Aplikasi

Website yang dirancang bernama Mamarikan dan terdiri dari dua bagian yaitu website e-commerce untuk pembeli (user) dan dashboard admin seperti yang terlihat pada gambar

1. User menggunakan website Mamarikan, pastikan ponsel/laptop terhubung dengan jaringan internet. Website Mamarikan akan mengambil data dari API yang berisi produk yang dijual oleh nelayan. Kemudian user melakukan pembayaran dan setelah itu akan dikonfirmasi oleh admin Mamarikan. Setelah pembayaran dikonfirmasi, produk yang dibeli user akan dikirim melalui jasa pengiriman dari Mamarikan.



GAMBAR 3
ARSITEKTUR APLIKASI



GAMBAR 4
PROSES BISNIS MAMARIKAN

Berdasarkan gambar 2 di atas, akan dijelaskan proses bisnis Mamarikan secara bertahap serta detail layanan yang menunjang proses bisnis Mamarikan.

a. Setiap produk yang dijual pada mamarikan ikanal dari berbagai supplier termasuk petani, umkm dan lainnya yang menjual ikan fresh dan olahannya. Jika nelayan yang ingin menjadi supplier Mamarikan harus mendaftarkan diri melalui admin Mamarikan. Setelah itu, nelayan bisa memasukkan produk perikanan yang akan disimpan kedalam werehouse. Di sini nelayan harus memasukkan nama produk, harga, dan deskripsi produk.

b. Pembeli dapat melakukan proses pendaftaran akun jika ingin membeli produk yang dijual di website Mamarikan. Produk juga bisa dibeli tanpa melakukan proses pendaftaran akun tetapi harus mengulang mengisi alamat dan indentitas diri setiap kali ingin berbelanja.

c. Jika ada pengguna yang membeli produk Mamarikan, maka akan terdapat notifikasi ke admin Mamarikan. User harus membayarkan sejumlah uang sesuai harga produk yang dibeli. Admin kemudian akan mengkonfirmasi pembayaran. Jika pembayaran berhasil maka ikan segera dikirim ke para pengguna dengan mengambil persediaan di werehouse.

C. Kebutuhan Pengembangan Aplikasi

Untuk mengimplementasikan aplikasi sesuai rancangan yang telah dibuat, dibutuhkan perangkat keras dan perangkat lunak berikut.

TABEL I.
KEBUTUHAN HARDWARE DAN SOFTWARE

Hardware	Software
<ul style="list-style-type: none"> Max CPU : 1 Core Min Ram : 1 Gb Entry Process : 15 NPROC (Number of Process) : 30 SSD Storage : 100 Gb Domain Hosted : 1 Domain SSL : Yes Support PHP Ver > 7 	<ul style="list-style-type: none"> Database : MySql Bahasa Pemograman : PHP versi 7.2.2 Script Editor : Visual Studio Code, Android Studio Web Server : Apache, MySql, PHP Dokumentasi : Ms Word 2013, Figma Web Browser : Google Chrome, Mozilla Firefox & Safari

IV. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bagian ini menjelaskan implementasi aplikasi, hingga survei implementasi teknologi Mamarikan :

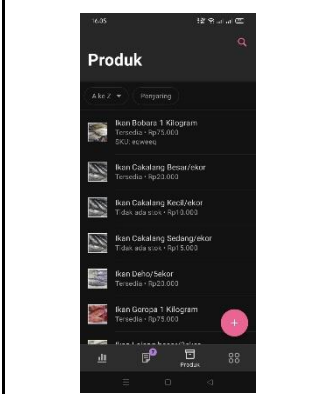
A. Implementasi Teknologi

Setelah sekitar empat bulan proses developing aplikasi, kami akhirnya berhasil membuat website Mamarikan. Penjelasan lebih lanjut terkait fitur yang telah dibuat ada pada table 1 dibawah ini.

TABEL 1
APLIKASI HASIL IMPLEMENTASI

Gambar	Nama Fitur	Deskripsi
	Home	Berisi Landing page website
	Shop	Berisi halaman produk jual ikan Mamarikan
	Detail Produk	Berisi gambar, deskripsi produk, dan harga produk
	Wishlist	Berisi produk ikan yang user sukai

	Keranjang	Berisi list produk yang akan dibeli pengguna
	Checkout	Berisi halaman pengisian data alamat pengguna untuk proses pengiriman
	Login & Register	Halaman daftar akun dan masuk akun pengguna mamarikan
	Keranjang	Berisi list produk yang akan dibeli pengguna
	Check pesanan	Fitur melacak pesanan pelanggan
	Konfirmasi	Setelah melakukan "checkout", pengguna harus membayarkan sejumlah uang agar produk bisa dikirim dan melakukan konfirmasi
	Dashboard Admin	Dashboard admin yang berisi grafik rincian pesanan

	List produk and add produk (Admin)	Berisi produk yang diinputkan admin dan fitur Tambah Produk
------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------------------------------

B. Pengujian Teknologi

Berikut merupakan hasil pengujian survey implementasi teknologi Mamarikan dengan metode penilaian skala likert terhadap responden:

Target Pengujian : 37 orang

Jumlah pengujian : 3 orang.

Presentase	Keterangan
0% – 19,99%	Sangat Tidak Setuju
20% – 39,99%	Tidak Setuju
40% – 59,99%	Netral
60% – 79,99%	Setuju
80% – 100%	Sangat Setuju

Bobot Nilai : Sangat Setuju = 5
Setuju = 4
Ragu - Ragu = 3
Tidak Setuju = 2
Sangat Tidak Setuju = 1

a. Profiling user

Berikut gambar 1. Grafik profiling diatas merupakan hasil survey profiling Mamarikan.



GRAFIK 1.
GRAFIK PROFILING

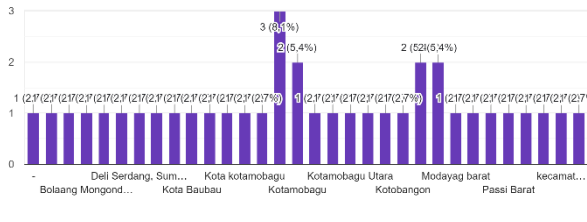
Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas didapatkan bahwa pekerjaan dari user mamarikan terbagi dari berbagai macam pekerjaan dan mayoritas pembeli mamarikan berprofesi sebagai guru dengan total persentase

sebesar 18,9% diikuti dengan mahasiswa sejumlah 16,1% dan karyawan swasta 5,4%.

b. Grafik Lokasi User

Berikut gambar 2. Grafik validasi masalah diatas merupakan hasil survey validasi masalah Mamarikan.

Dimana tempat kota/kecamatan anda tinggal?
37 jawaban



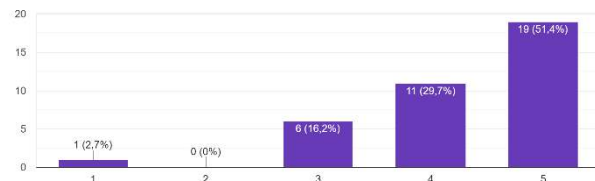
GRAFIK 2.
GRAFIK VALIDASI MASALAH

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas didapatkan rata-rata keseluruhan sebesar 68.5% yang menyatakan pengguna berada dalam kategori setuju dengan validasi masalah tersebut.

c. Validasi Solusi Mamarikan

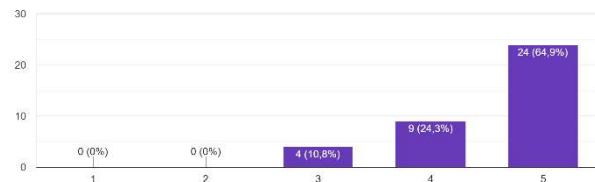
Berikut gambar 3. Grafik validasi solusi diatas merupakan hasil survei validasi solusi Mamarikan.

Bagaimana tampilan platform (website/mobile app) Mamarikan?
37 jawaban



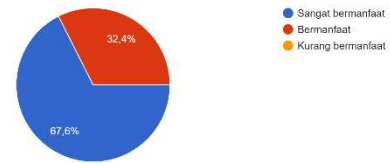
GRAFIK 3.
GRAFIK VALIDASI SOLUSI

Bagaimana pengalaman anda setelah melakukan pemesanan di website mamarikan ?
37 jawaban



GRAFIK 4.
GRAFIK PENGALAMAN USER

Apakah website mamarikan ini akan bermanfaat bagi masyarakat yang ingin membeli ikan secara online, setelah peningkatan kualitas pada website?
37 jawaban



Grafik 5. Grafik Feedback User

Berdasarkan hasil perhitungan pada beberapa grafik diatas dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden merasa pengalaman user dalam menggunakan aplikasi sangat memuaskan dan mayoritas user juga beranggapan bahwa website mamarikan sangat bermanfaat dengan total persentasi 67,6% dan sisanya menganggap bermanfaat.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dilapangan yang melakukan penjualan secara offline menyebabkan rantai pasok pangan yang panjang sehingga menyebabkan konsumen mendapatkan harga komoditas ikan yang mahal akan tetapi nelayan sebagai pekerja menjual hasil tangkapnya dengan harga yang murah. Selain itu, pandemi menyebabkan penjualan secara offline beresiko terkena penularan COVID-19 sehingga mamarikan hadir sebagai solusi. Mamarikan merupakan platform marketplace masa kini dengan menghadirkan berbagai layanan yang menjamin harga yang lebih murah kepada konsumen dengan kualitas terbaik dipasaran. Berbelanja online bisa lebih mudah dan cepat melalui Mamarikan.

Mamarikan pertama kali didirikan pada bulan agustus 2021 yang saat ini dipimpin oleh muhammad yusuf basqara sebagai CEO. Dengan tagline "Fresh and Quality Fish Solution" maka kami menghadirkan sebuah solusi yang mempermudah masyarakat dalam berbelanja online dengan jaminan kualitas terbaik. Mamarikan telah menawarkan bentuk minimum value product (MVP) yang menyediakan layanan berbelanja, katalog ikan dan fitur checkout belanja dalam mempermudah berbelanja online. Selain itu, mamarikan melakukan berbagai perencanaan promosi baik secara offline dan online dengan pameran, sosialisasi, sosial media dan bahkan promo bulanan.

Sebagai sebuah organisasi, mamarikan telah mengikuti berbagai kegiatan baik inkubasi, pitching atau bahkan mencari pendanaan dari berbagai lomba atau event. Dalam pengembangan mamarikan juga, melakukan kerja sama dengan beberapa mitra salah satunya nelayan-nelayan di daerah Bolaang Mongondow timur untuk memasok produk hasil tangkapan mereka ke toko mamarikan di kotamobagu. Selanjutnya kami juga telah berkomunikasi dengan pimpinan Ali Seafood untuk komunikasi kerja sama dalam penjualan ikan walaupun belum terimplementasi dikarenakan mamarikan memerlukan pengembangan yang lebih serius. Selanjutnya mamarikan juga telah mendaftarkan merek mamarikan di DJKI untuk melegalkan mamarikan sebagai sebuah brand.

Kemudian mamarikan melakukan analisis bisnis dan marketing sehingga ditemukan beberapa kendala yang dihadapi oleh tim yaitu kendala distribusi yang diakibatkan oleh beberapa masalah baik eksternal maupun internal misalnya cuaca, kemudian kualitas produk yang menurun dikarenakan tertundanya proses pengiriman. Selain itu, beberapa masalah yang muncul dari konsumen seperti kurangnya pengetahuan teknologi konsumen dalam menggunakan aplikasi, dan bahkan kekurangan SDM dalam mengembangkan konten-konten yang menarik.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik, "Produksi Perikanan Laut Yang Dijual Di TPI (Ton), 2018-2020," Badan Pusat Statistik, 2019. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/indicator/56/496/1/produksi-perikanan-laut-yang-dijual-di-tpi.html>. [Diakses 19 November 2020].

Badan Pusat Statistik, 2020. Produksi Perikanan Tangkap Menurut Provinsi dan Subsektor (ton), 2000-2018. Diakses 19 November 2020, <https://www.bps.go.id/statistictable/2009/10/05/1705/produksi-perikanan-tangkap-menurut-provinsi-dan-jenis-penangkapan-2000-2018.html>

Batubara, Siti Chairiyah, Maarif, M. Syamsul, Marimin, Eko Irianto, Hari, ' Model Manajemen Rantai Pasok Industri Perikanan Tangkap Berkelanjutan Di Propinsi Maluku', Jurnal Marine Fisheries, vol.8, no.2, hh.137-148.

Huda, Khoirul. 2019. Plaza Ikan Tempat Untuk Mengenal Potensi Perikanan di Tuban. Diakses 19 November 2020, <http://bloktuban.com/2019/01/10/plaza-ikan-tempat-untuk-mengenal-potensi-perikanan-di-tuban/>

I. F. Rina, "Selama Pandemi Covid-19, Sektor Perikanan Terkendala Pemasaran," Metro Jambi, Selasa Mei 2020. [Online]. Available: <https://metrojambi.com/read/2020/05/12/53439/selama-pandemi-covid19-sektor-perikanan-terkendala-pemasaran>. [Diakses 19 November 2020].

Imron, Ali. 2019. Konsumsi Ikan Tuban Ungguli Jawa Timur. Diakses 19 November 2020, <http://bloktuban.com/2019/02/27/konsumsi-ikan-tuban-ungguli-jawa-timur/>

Kementerian Kelautan dan Perikanan, PT. ANUGRAH LAUT INDONESIA. Diakses 19 November 2020, <https://infoproduk.kkp.go.id/company/c/2020/PT.-ANUGRAH-LAUT-INDONESIA/>

M. Ambari, "Pasokan Ikan Berlebih, Tapi Tak Ada yang Beli," mongabay, Senin May 2020. [Online]. Available: <https://www.mongabay.co.id/2020/05/05/pasokan-ikan-berlebih-tapi-tak-ada-yang-beli/>. [Diakses 19 November 2022].

Mubarak, Falahi. 2020. Dampak COVID-19, Harga Ikan Tangkapan Nelayan Turun Drastis. Diakses 19 November 2020, <https://www.mongabay.co.id/2020/04/02/dampak-covid-19-harga-tangkapan-ikan-nelayan-turun-drastis/>

Ningsi, Nurfitria, Sunyanti & Sarimuddin 2021, ' Perancangan e-Marketplace Maswira (Masyarakat Pesisir berwirausaha) pada Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Bombana', Jurnal Ilmiah Edutic, vol.8, no.1, hh 51-57.

Ramadhan, M Visa. Laiya, Leonard Tasuno. Mulia, Nagatah. Ketifa, Alike. Simanullang, Ruslina 2021, 'Pengembangan Aplikasi E-Commerce Fishgo Gunameningkatkan Kesejahteraan Nelayan Dan Meningkatkan Konsumsi Ikan Indonesia', Seri Seminar Nasional ke-III Univ.Tarumanegara, hh 2115-2121