

ABSTRAK

Penggunaan metode pemasaran yang baik untuk produk perikanan dapat memudahkan konsumen untuk menjangkau mereka bahkan di masa pandemi COVID-19. Penurunan minat masyarakat untuk konsumsi produk dipengaruhi oleh metode pemasaran yang masih manual pada masa Pandemi COVID-19. Pemanfaatan teknologi informasi e-commerce ini berencana sebagai media pemasaran produk perikanan untuk mewujudkan penawaran produk perikanan antara konsumen dan produsen meskipun terjadinya pembatasan aktivitas sosial. Pengumpulan data kegiatan penawaran dilakukan dengan observasi langsung pada produsen hasil perikanan yang berada di wilayah pesisir utara pulau kalimantan dengan masyarakat sekitar beserta petani tambak dan budidaya laut setempat. E-commerce menjadikan pengguna tidak perlu melakukan pertemuan sebelum penawaran terjadi. Perancangan dilakukan dengan metode design thinking dan pemodelan diagram menggunakan UML. Hasil penilaian menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan antarmuka e-commerce dalam menampilkan produk yang ditawarkan hingga terjadi pemesanan produk memiliki nilai keberhasilan yang tinggi.

Kata Kunci: Perikanan, e-commerce, Covid-19.

ABSTRACT

The use of good marketing methods for fishery products can make it easier for consumers to reach them even during the COVID-19 pandemic. The decline in public interest in product consumption was influenced by marketing methods that were still manual during the COVID-19 pandemic. The use of e-commerce information technology is planned as a marketing media for fishery products to realize the offering of fishery products between consumers and producers despite restrictions on social activities. Data collection on bidding activities is carried out by direct observation of fishery product producers in the northern coastal area of the island of Kalimantan with the surrounding community and local aquaculture and aquaculture farmers. E-commerce eliminates the need for users to meet before the offer occurs. The design is carried out using design thinking methods and diagrammatic modeling using UML. The results of the assessment show that the experience of using the e-commerce interface in displaying the products offered until a product order occurs has a high success value.

Keywords: Fisheries, e-commerce, Covid-19.