

Digitalisasi Pemasaran Dan Penentuan Harga Jual Produk Lokal 7 Negeri Kecamatan Nusalaut Maluku Tengah

**Ahmad Thariq¹, Dynne Andriany², Diar Muzna Tangke³, Rasni Hanipa Usemahu⁴,
Johanis M Tatelepta⁵, Chrestiana Aponno⁶**
^{1,2,3,4,5,6} Politeknik Negeri Ambon, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Ahmad Thariq

E-mail: ahmadthariq07@gmail.com

Abstrak

Nusalaut adalah sebuah kecamatan yang terletak di Maluku Tengah. Nusalaut bukan hanya tentang keindahan alam, tetapi juga disana terdapat berbagai macam bentuk produk lokal yang masih hidup dalam masyarakat setempat. Di nusalaut produk lokal yang biasa lebih banyak dijual yaitu ikan untuk produk lokal olahan makan, minuman dan buah biasanya tergantung musim atau sifatnya musiman sehingga harus lebih dahulu pesan baru mereka membuat dan menjualnya. Keadaan yang paling sulit di nusalaut adalah transportasi jadi mobilisasi distribusi produk tidak dapat berjalan dengan baik. selain itu minimnya pengetahuan tentang penentuan harga jual produk selama ini hanya ditentukan melalui perkiraan semata tanpa memperhitungkan biaya-biaya yang mungkin telah dikeluarkan saat proses produksi. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini ialah membuat aplikasi e-commerce untuk mengenalkan produk lokal yang ada di nusalaut dan memfasilitasi kegiatan jual beli secara online. Tahapan metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Dengan adanya aplikasi e-commerce serta pengetahuan akan harga jual dapat membantu masyarakat di nusalaut dalam hal perkembangan pemasaran produk lokal untuk mengenalkan masyarakat luar tentang beberapa produk lokal yang ada dimasyarakat setempat dan memfasilitasi kegiatan jual – beli produk lokal melalui online yakni dengan e-commerce sehingga mempermudah akses untuk jual – beli antara masyarakat di nusalaut dengan masyarakat diluar nusalaut.

Kata kunci - Nusalaut, produk lokal, e-commerce, harga jual

Abstract

Nusalaut is a subdistrict located in Central Maluku. Nusalaut is not only about natural beauty, but also various types of local products that are still alive in the local community. In Nusalaut, the local products that are commonly sold are fish for processed local food products, beverages, and fruits, which usually depend on the season or are seasonal in nature, so they must be ordered in advance before they can be made and sold. The most difficult situation in Nusalaut is transportation, so the distribution of products cannot run smoothly. In addition, there is a lack of knowledge about determining the selling price of products, which has so far been determined only by estimation without taking into account the costs that may have been incurred during the production process. The purpose of this community service activity is to create an e-commerce application to introduce local products in Nusalaut and facilitate online buying and selling activities. The stages of the method applied in this community service activity include the preparation stage, the implementation stage, and the evaluation stage. The e-commerce application and knowledge of selling prices can help the people of Nusalaut in developing the marketing of local products to introduce outsiders to several local products available in the local community and facilitate the buying and selling of local products online, namely through e-commerce, thereby facilitating access to buying and selling between the people of Nusalaut and people outside Nusalaut.

Keywords - Nusalaut, local products, e-commerce, selling price

PENDAHULUAN

Saat ini secara kuantitas perkembangan era digital dalam pemasaran produk ini masih menghadapi berbagai tantangan terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas karna produk hanya dipasarkan di lingkungan lokal dan belum menjangkau pasar nasional atau internasional. Hal ini terjadi karena banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah berasal dari masyarakat setempat yang telah menjalankan usaha produk lokal selama bertahun-tahun (Pamungkas et al., 2025). Mereka memiliki keterampilan tinggi dalam produksi berbagai macam produk lokal, tetapi masih minim pengetahuan dalam hal pemasaran digital (Nasution et al., 2024). Banyak pelaku usaha kecil dan menengah masih menggunakan cara pemasaran tradisional, seperti menjual secara langsung atau melalui pihak ketiga, yang membatasi potensi ekspansi bisnis mereka (Barus et al., 2023). Nusalaut merupakan sebuah kecamatan yang terletak di Maluku Tengah. Wilayah ini dibentuk dari Kecamatan Saparua (Molle et al., 2021). Nusalaut merupakan Kecamatan dengan area terkecil di Maluku Tengah. Kecamatan ini terdiri dari tujuh negeri (desa adat), yaitu Abubu, Akoon, Ameth, Leinitu, Nalahia, Sila, dan Titawaai. Pusat pemerintahan kecamatan ini terletak di Ameth, yang berada di sisi timur pulau (Riruma et al., 2022). Nusalaut bukan hanya tentang keindahan alam, tetapi juga disana terdapat berbagai macam bentuk produk lokal yang masih hidup dalam masyarakat setempat (Rahmadani et al., 2023).

Beberapa produk lokal yang terdapat di nusalaut diantaranya 2 jenis produk minuman teh dari kelor yang terdapat di negeri sila dan produk minuman dari buah anggur yang terdapat di negeri akoon, jenis produk roti tongke, cengkeh, pala, sagu yang terdapat di negeri sila, ada juga jenis produk ikan batu-batu yang terdapat di titawaai dan nalahia, selain produk olahan makanan dan minum terdapat juga jenis produk jasa *starling* seperti *voucher* yang terdapat di negeri leinitu (Balsala et al., 2024). Di nusalaut produk lokal yang biasa lebih banyak dijual yaitu ikan untuk produk lokal olahan makan, minuman dan buah biasanya tergantung musim atau sifatnya musiman sehingga harus lebih dahulu pesan baru mereka membuat dan menjualnya. Keadaan yang paling sulit di nusalaut adalah transportasi jadi mobilisasi distribusi produk tidak dapat berjalan dengan baik (Ramadhan et al., 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi digitalisasi akses untuk melihat beberapa produk lokal yang ada di nusalaut sulit diketahui terkhusus bagi masyarakat yang berada di luar nusalaut karena tidak adanya aplikasi *e-commerce* untuk mengenalkan produk lokal yang ada di nusalaut dan memfasilitasi kegiatan jual beli secara *online* (Marasabessy et al., 2021). sehingga memberikan kenyamanan bagi konsumen yang berada diluar nusalaut untuk berbelanja produk lokal yang ada disana (Gibran et al., 2024). Selain itu, pengetahuan penentuan harga jual produk juga sangat dibutuhkan dalam suatu usaha. Penentuan harga jual dapat menentukan tinggi rendahnya hasil penjualan yang akhirnya menentukan laba yang didapat (Safrida et al., 2025). UMKM sangat tergantung dengan hasil penjualan untuk keberlangsungan usahanya. Hal ini dikarenakan UMKM biasanya memiliki jumlah modal *relative* rendah sehingga kontribusi laba sangat berpengaruh terhadap kegiatan operasional (Budiman, 2025).

Minimnya pengetahuan tentang penentuan harga jual produk selama ini hanya ditentukan melalui perkiraan semata tanpa memperhitungkan biaya-biaya yang mungkin telah dikeluarkan saat proses produksi (Syahbani et al., 2024). Hal ini menyebabkan saat kondisi kenaikan biaya bahan baku, maka para pelaku produk lokal ini akhirnya berhenti produksi dan menjual produk yang masih tersisa. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha tentang pentingnya harga jual produk menyebabkan produk lokal ini stagnan (Ardin et al., 2024). Berdasarkan analisis situasi ini, identifikasi masalah dihadapi oleh masyarakat di nusalaut adalah kurangnya pemahaman serta keterampilan dalam hal pengenalan, pemasaran serta penentuan harga jual untuk produk lokal untuk 7 negeri di 7 Negeri Kecamatan Nusalaut Maluku Tengah (Purnomo et al., 2024). Untuk itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini dapat mengembangkan pemahaman serta keterampilan masyarakat nusalaut dalam hal pemasaran produk lokal menggunakan aplikasi *e-commerce* serta pengetahuan akan harga jual dapat membantu masyarakat di nusalaut dalam perkembangan pemasaran produk lokal untuk mengenalkan

masyarakat luar tentang beberapa produk lokal yang ada dimasyarakat setempat dan memfasilitasi kegiatan jual – beli produk lokal melalui *online* yakni dengan *e-commerce* sehingga mempermudah akses untuk jual – beli antara masyarakat di nusalaut dengan masyarakat diluar nusalaut

METODE

Metode pengabdian yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah :

1. Tahap persiapan diantaranya tim bertemu dengan pemerintah daerah (beberapa raja tiap negeri) untuk mendapatkan dukungan dan ijin kegiatan. Setelah itu, tim mengadakan pertemuan dengan peserta untuk berdiskusi, menyusun rencana kegiatan, jadwal untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya tim menyiapkan bahan serta alat untuk kegiatan.
2. Tahap pelaksanaan diantaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini yang memadukan sosialisasi penggunaan aplikasi *e-commerce* dalam hal ini memberikan materi dan praktik mengenai fitur-fitur yang terdapat di aplikasi dan bagaimana cara memasukkan data produk baru di dalam aplikasi dan pelatihan penentuan harga jual dalam hal ini mengenalkan serta melatih masyarakat nusalaut menggunakan metode penetapan harga yang relevan dan praktis. Selanjutnya melakukan diskusi dengan peserta terkait beberapa jenis produk lokal dan harga jual yang akan di masukkan ke dalam aplikasi *e-commerce* sesuai kebutuhan peserta.
3. Tahap evaluasi hasil kegiatan dengan memberikan kuesioner untuk melengkapi data didalam aplikasi *e-commerce* serta memberikan 1 contoh produk dalam pelatihan penentuan harga jual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mencapai tujuan dari pengabdian masyarakat ini dilakukan dua hari yaitu hari pertama kegiatan koordinasi terkait kegiatan pengabdian masyarakat dengan tujuh raja negeri dinusalaut dan hari kedua melakukan sosialisasi aplikasi *e-commerce* serta pelatihan penentuan harga jual yang dilaksanakan di gedung sebaguna di negeri sila. Kegiatan sosialisasi aplikasi *e-commerce* dilaksanakan agar setiap produk dari tujuh negeri dapat dimasukkan dalam aplikasi secara mandiri, tim pengabdian dan pelaku usaha diskusi tentang bagaimana cara menggunakan fitur *e-commerce* ini didalam memasukkan produk. Diskusi bersama tersebut menghasilkan tampilan aplikasi sebagai berikut :



Gambar 1.
Tampilan aplikasi e-commerce

Sosialisasi penggunaan aplikasi *e-commerce* dan pelatihan penentuan harga jual diawali dengan persiapan bahan oleh kelompok pengabdian. Acara ini berlangsung pada hari Sabtu, 17 oktober 2025, dari pukul 8. 30 hingga 12. 00 wit di Negeri Sila, dihadiri oleh 21 peserta yang merupakan perwakilan dari bumdes di tujuh negeri di Nusalaut. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan sambutan dari kepala pemerintahan Negeri Sila bapak Feri Soselisa, kemudian dilanjutkan sambutan dari sekretaris P3M. Sesi berikutnya adalah materi tentang kegiatan digitalisasi pemasaran dan penentuan harga jual produk lokal 7 Negeri Kecamatan Nusalaut Kabupaten Maluku Tengah. Materi yang diberikan adalah sosialisasi penggunaan aplikasi *e-commerce* dan pelatihan penentuan harga jual.



Gambar 2.

Foto Kegiatan pengabdian masyarakat

Setelah materi selesai disampaikan, peserta mendapat peluang untuk mengajukan pertanyaan atau berdiskusi dalam sesi tanya jawab. Selanjutnya peserta diberi kuisioner diisi untuk melengkapi data tiap negeri didalam aplikasi e-commerce. Pemberian materi juga disertai contoh bentuk produk yang bisa diterapkan oleh para peserta. Semangat peserta sangat tinggi, ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi tanya jawab.



Gambar 3.

Foto Kegiatan Pelatihan Pengabdian Masyarakat

KESIMPULAN

Setelah terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat yang bertempat di gedung serbaguna negeri sila kecamatan nusalaut kabupaten maluku tengah, dapat dikatakan bahwa hasil dari program pengabdian ini dapat mengembangkan pemahaman serta kemampuan masyarakat nusalaut dalam aspek pemasaran produk lokal menggunakan aplikasi *e-commerce* serta pengetahuan harga jual dapat membantu masyarakat di nusalaut dalam perkembangan pemasaran produk lokal melalui *online* yakni dengan *e-commerce* sehingga masyarakat diluar nusalaut lebih mudah dalam mengakses informasi untuk jual – beli produk lokal yang ada di nusalaut. Saran untuk kegiatan pengabdian ini adalah agar masyarakat nusalaut terus mendapatkan pendampingan berkelanjutan dalam penggunaan aplikasi *e-commerce*, disertai pelatihan lanjutan mengenai strategi promosi digital, pengemasan produk, serta penentuan harga yang tepat. Selain itu, perlu adanya kolaborasi dengan pemerintah daerah maupun mitra swasta untuk memperluas jaringan pemasaran, melakukan evaluasi berkala terhadap perkembangan penjualan, dan mendorong inovasi produk lokal agar lebih variatif serta kompetitif sehingga pemasaran digital dapat berkelanjutan dan semakin memperkuat daya saing produk nusalaut di pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardin, U., Nurhikmah, S., Yuliana, Nurdin, N., Jamiludin, H., Lukman, W., Muhammad, R. K., & Miswar, P. (2024). Akselerasi Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(September), 64–73.
- Balsala, S., Pattiasina, J., & Ima, W. (2024). Jurnal Lani : Kajian Ilmu Sejarah dan Budaya Sejarah Baileo Baihata Kapalatu Dan Fungsinya Dalam Kehidupan Masyarakat Adat Negeri Ameth di Pulau Nusalaut Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Lani: Kajian Ilmu Sejarah Dan Budaya*, 5(April), 39–49.
- Barus, D. R., Simamora, H. N., & Surya, M. G. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6), 357–365.
- Budiman, A. (2025). Optimalisasi Produk UMKM Melalui Pendampingan Pemasaran Digital dan Branding Lokal di Desa Patala , Kecamatan Cilebak , Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3919–3925.
- Gibran, Satya Nugraha, Ramaditia, Dwiyanaputra, Fitri Bimantoro, A. A. (2024). Sosialisasi Pemasaran Digital Bagi Petani Dan. *JBegaTI*, 5(1), 57–64.
- Marasabessy, A., Nurul, O., Tualeka, A., Tualeka, D. I., Utara, R., Utara, S., & Sorong, K. (2021). Penentuan Klaster Wilayah Kecamatan Berdasarkan Pusat Pelayanan Masyarakat di Wilayah Kepulauan Kabupaten Maluku Tengah Provinsi Maluku Determination of District Area Clusters based on Community Service Centers in the Archipelago Region of Central Maluku . *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat November*, 7(November), 314–325.
- Molle, L. P., Latuheru, R., & Nikolebu, D. C. (2021). Perubahan sosial dan guncangan budaya (Suatu Kajian Sosiologis Terhadap Perubahan Sosial Pada Masyarakat Pulau Nusalaut, Kecamatan Nusalaut, Kabupaten Maluku Tengah). *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora*, 5(2), 76–92.
- Nasution, W., Hidayah, S., Alexander, T., & Chalik, H. (2024). Pendampingan Pemasaran Digital Terhadap Kewirausahaan Dalam Pengembangan Kreativitas Dan Inovasi Masyarakat Di Desa Sukaramai Dita. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi Dan Bisnis Digital (JPMEBD)*, 1(3), 290–302.
- Pamungkas, P., Azzahra, S. P., Hamdani, R., Novriansyah, M. A., Satriawan, D., Suryati, L., & Aryansyah, B. T. (2025). Transformasi UMKM Menuju Era Digital : Penguatan Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial di Desa Sukadamai. *AKSI KITA*, 1(4), 504–509.
- Purnomo, D., Lesmana, J., & Ovtiani, A. N. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan E-Commerce Dan Digital Marketing Di Desa Sidamukti Kabupaten Majalengka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 496–501.

- Rahmadani, A. P., Agustina, D., Khuzaimah, D., Cahya, E., Ningsih, W., Assafillia, F., Kurniawati, K. D., Imanulloh, M., Rohim, R. N., & Izzati, S. Z. (2023). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan UMKM Dalam Digitalisasi Marketing. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 57–66.
- Ramadhan, R., Muhammadiyah, U., Utara, S., Mikro, U., Gongsol, D., & Utara, S. (2024). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Sarana. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi Ipteks*, 2(5), 1484–1492.
- Riruma, M., Pariela², T. D., Matatula, S., & Saija, D. E. B. (2022). Pemerintahan Adat Dan Konflik Internal Di Negeri Titawai Kecamatan Nusalaut Kabupaten Maluku Tengah. *Ilmu Sosiologi*, 5(1), 59–78.
- Safrida, E., Napitupulu, I. H., Gultom, S. A., & Listya, K. (2025). Desain Konten Kreatif dan Digitalisasi Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Meningkatkan Penjualan dan Produktivitas pada UKM Kerajinan Tangan Etnik Linda Craft di Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 289–301.
- Syahbani, F., Fadilah, I. R., Nurohim, R., & Salsabila, G. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran : Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsiang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 259–266.