

## E-Market Dalam Peningkatan Ekonomi UMKM Cupang Mania di Masa Pandemi

Andi Danang Krismawan<sup>1</sup>, Eko Hari Rachmawanto<sup>2</sup>, Christy Atika Sari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Animasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

<sup>2,3</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

### Artikel Info

#### Kata kunci:

E-Market  
UMKM  
Ikan Cupang

### ABSTRAK

Di masa pandemi sejumlah UMKM mengalami kesulitan untuk mempertahankan usahanya baik dalam bentuk produk jadi maupun jasa. Tuntutan bahwa usaha harus terus berjalan dan adanya pendampingan dari pihak ketiga dapat memberikan angin segar bagi pelaku UMKM. Dalam hal ini, kami sebagai tim pengusul pengabdian telah memberikan pendampingan digitalisasi pemasaran dan pelatihan ketrampilan budidaya ikan cupang sehingga dapat meningkatkan pendapatan pada UMKM "Cupang Mania". Pada UMKM ini, terdapat beberapa permasalahan seperti proses pemasaran yang belum maksimal yaitu masih menggunakan media konvensional, seperti Whatsapp, dan dari mulut ke mulut saja. UMKM "Cupang Mania" yang berdiri 3 tahun yang lalu, membutuhkan tempat pemijahan benih, dan tempat pemeliharaan sehingga permintaan pasar dapat terpenuhi. Sumberdaya finansial juga menjadi salah satu yang memperlambat proses budidaya yang dilakukan. Dengan adanya PKM ini, diharapkan proses pemasaran dapat optimal, *income* meningkat dan SDM lebih terlatih dalam proses budidaya ikan termasuk proses pemijahan benih hingga *packing* produk.

#### Author Korespondensi :

Andi Danang Krismawan,  
Program Studi Animasi  
Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131  
Email: andidanang@dsn.dinus.ac.id

### 1. PENDAHULUAN

Memelihara ikan hias merupakan hobi yang sangat populer di kalangan masyarakat. Setiap tahun, lebih dari satu miliar ikan hias dijual di seluruh dunia terlepas dari keragaman spesies ikan air tawar, spesies tertentu sangat populer di kalangan penghobi, termasuk ikan tropis *Betta splendens* (ikan cupang) [1]. Di Thailand, yang dikenal dengan produksi ikan hiasnya, *Betta splendens* mewakili 10% ekspor ikan tahunan.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat ilmiah pada kesejahteraan ikan budidaya yang diproduksi untuk makanan, telah meningkat. Berbeda dengan popularitasnya, namun sangat sedikit literatur ilmiah yang mendokumentasikan optimal untuk berbagai faktor perumahan dalam pemeliharaan ikan hias [2]. Akibatnya, sebagian besar penghobi mengandalkan manual non-ilmiah, pengalamannya sendiri dan teman sebaya [3][4]. Kurangnya pengetahuan ilmiah ini disertai dengan berbagai macam akuarium, peralatan teknis (terdiri dari berbagai jenis filtrasi, sistem pemanas dan pencahayaan), aksesori akuarium (tanaman hidup, ornamen plastik, batu, dll.) di toko hewan peliharaan fisik dan online [5]. Akibatnya, ikan hias dapat dipelihara dengan berbagai cara, beberapa diantaranya tampak sangat ekstrim. Misalnya, cara populer untuk memelihara *Betta splendens* adalah yang disebut vas Betta [4]. Ini biasanya vas dekoratif, dimana hewan hidup di volume air yang sangat kecil tanpa pemeliharaan suhu, sistem filtrasi, atau vegetasi [6], [7]. Jenis akuarium kecil serupa digunakan oleh toko hewan peliharaan yang menjual cupang jantan. Dalam konteks ini, ikan sering ditempatkan secara individual dalam toples kaca transparan, lebih kecil dari vas pada umumnya. Selain itu, toples ini ditempatkan berdampingan. Berada dalam jarak visual yang dekat satu sama lain melakukan tampilan agresif untuk mengejar lawan. Penjaga toko mengandalkan pajangan ini untuk membuat ikan lebih

menarik bagi pembeli. Menurut Mahfut & Sutyarso pada tahun 2020 [8], contoh yang disebutkan di atas menyentuh potensi masalah kualitas air, ruang yang tersedia, paparan lawan yang agresif dan kesempatan untuk bersembunyi, serta kualitas pengembangbiakan ikan lainnya seperti ukuran tempat perawatan.

Kesejahteraan hewan umumnya dinilai di sastra, dalam tiga cara berbeda [1]: (1) fungsi biologis hewan, (2) minimal penderitaan dan promosi kepuasan dan (3) tujuannya untuk memberikan kehidupan alami bagi hewan. Disamping untuk menumbuhkan roda perekonomian dengan terus menjaga kestabilan pemasaran ikan hias cupang, kesehatan dan teknis budidaya ikan juga perlu ditingkatkan sehingga dapat mengimbangi kebutuhan pasar (Saputra & Efianda, 2020). Harga ikan hias cupang mulai dari Rp. 10.000,- hingga Rp. 350.000,-. Harga yang beragam dipengaruhi oleh ukuran ikan (remaja atau dewasa), jenis ikan hias, dan hasil persilangan. UMKM ini juga menjual set ikan dan akuarium maupun ikan saja. Beberapa jenis ikan hias cupang yang dibudidayakan oleh UMKM “Cupang Mania” adalah :



Gambar 1. Jenis Ikan Cupang

Jenis ikan cupang *halfmoon*, *veil tail* dan *double tail* merupakan jenis terlaris pada UMKM “Cupang Mania”. UMKM ini baru berdiri pada tahun 2017 dengan 13 orang anggota UMKM dalam misi untuk membudidayakan ikan hias cupang untuk meningkatkan ekonomi dan sebagai sarana pelestarian lingkungan.

## 2. METODE

Target yang akan dicapai meliputi 2 aspek utama, antara lain adalah aspek pemasaran dan aspek budidaya ikan. Aspek pemasaran dengan tujuan *integrated marketing* (segmentasi pasar, analisa pasar, analisa pesaing, dan promosi ikan): sosial media untuk penjualan sudah dapat digunakan dengan baik. sosial media ini digunakan untuk promosi ikan. Aspek budidaya ikan : benih ikan, pakan berkualitas, kualitas air,

kualitas wadah dan sumberdaya manusia untuk mengelola, sehingga akan diberikan pelatihan dan pendampingan budidaya ikan selama 6 bulan berturut-turut. Metode pelaksanaan kegiatan seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Proses Kegiatan Pengabdian di UMKM “Cupang Mania”

Pada tahap analisa kebutuhan pasar, telah dilakukan proses wawancara dan observasi dengan anggota UMKM yang merupakan pedagang di pasar ikan hias Johar di Kota Semarang pada tanggal 6 Agustus 2021 dengan narasumber yaitu Bapak Eko Budi Prabowo. Telah dilakukan diskusi dengan ketua UMKM Cupang Mania yaitu Bapak Benny Indrajaya.

### 3. PEMBAHASAN HASIL

Budidaya ikan cupang di UMKM “Cupang Mania” sudah berjalan kurang lebih 3 tahun, dengan penghasilan perbulan hingga Rp. 6.000.000,-. Namun penghasilan perbulan turun drastis sejak adanya pandemi covid. Perlu media pemasaran yang lebih memadai sehingga lebih dikenal masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan pasar akan ikan hias cupang yang sedang trending, UMKM perlu sumber daya pemasaran, keuangan dan tempat pembenihan. Berdasarkan analisa situasi, terdapat beberapa masalah pada mitra:

- UMKM “Cupang Mania” hanya mengandalkan media sosial seperti whatsapp saja dan dari mulut ke mulut.
- Belum adanya proses teknis pembenihan yang baik, proses pembenihan hanya berdasarkan ukuran ikan dan penanggulangan dari penyakit ikan (seperti mata bengkak, sirip busuk, dan infeksi jamur).
- Teknis pemberian pakan sudah baik namun proses pemijahan, dan proses pembenihan sesuai ukuran dan kebutuhan hidup ikan belum tercukupi karena terbatasnya akuarium. Untuk proses persilangan ikan diperlukan sumber daya keuangan lebih.



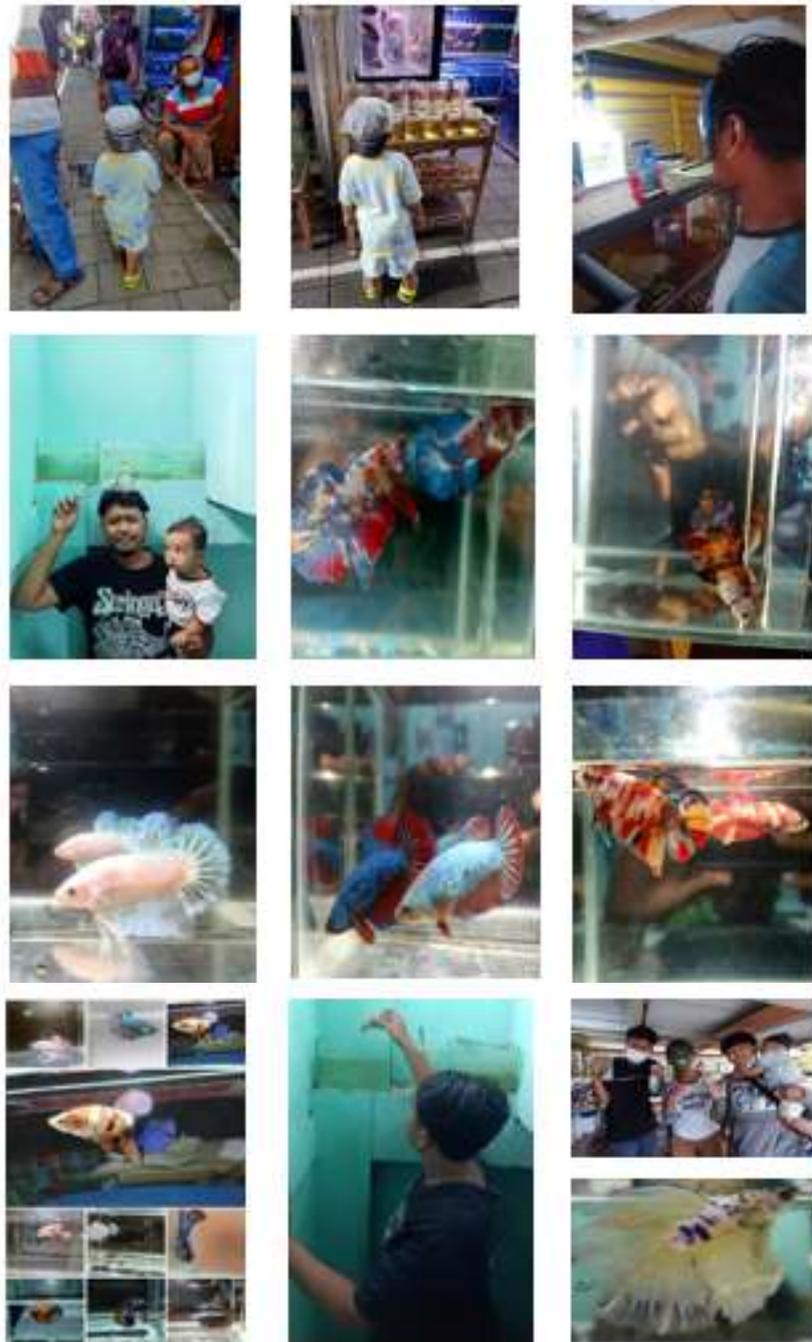
Gambar 3. Dokumentasi tempat pemijahan benih dan akuarium pemeliharaan



Gambar 4. Proses Pemijahan Ikan

Hasil kunjungan tim pelaksana, wawancara dan observasi lapangan didapat hasil bahwa teknologi yang diberikan telah memudahkan proses pemasaran produk mitra. Dampak ekonomi yang diperoleh mitra adalah kenaikan pendapatan mitra secara umum bertambah dan taraf kehidupan mitra lebih baik. Mitra yang semula, sejak pandemi hanya mendapatkan pendapatan penjualan perbulan sekitar Rp. 8.000.000,-, setelah menggunakan E-Market mengalami peningkatan menjadi Rp. 9.500.000,- dalam waktu 3 bulan yaitu penjualan selama bulan Agustus, September dan Oktober 2021.

Dampak sosial yang diperoleh mitra yaitu SDM dari mitra semakin paham dengan teknologi dan mendapatkan manfaat dari teknologi. Mitra dengan jelas dan runtut telah memberikan gambaran mengenai problem yang terjadi. Mitra ikut serta dalam kegiatan analisa problem dan implementasi solusi. Sejauh ini sudah terlaksana sebanyak 3 kali proses implementasi. Pertama yaitu implementasi E-Market melalui media sosial Facebook. Mitra juga telah ikut serta dalam proses diskusi, FGD dengan tim teknis aplikasi serta ikut serta dalam pendampingan sumber daya khususnya untuk lebih memudahkan mitra memahami aplikasi E-Market.



Gambar 5. Dokumentasi pelaksanaan pengabdian

Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa observasi dan wawancara di beberapa kios pada ikan johan yang merupakan anggota dari UMKM Cupang Mania. Dalam penerapan teknologi E-Market, dapat dilihat pada akun Facebook Betta Squad 775 bahwa proses penjualan dengan E-Market membantu meningkatkan pendapatan.

#### 4. KESIMPULAN

Dalam proses pelaksanaan PKM hingga tahap kemajuan ini, terdapat beberapa hal yang dapat disampaikan antara lain mitra telah dapat melakukan proses pemasaran dan penjualan dengan jangkauan tanpa batas dan akan dikenal oleh masyarakat luas sehingga peningkatan penjualan akan berdampak pada peningkatan produksi serta kesejahteraan UMKM dan warga desa. Laba yang diperoleh sudah meningkat. Selama sosialisasi, pendampingan dan pengelolaan aplikasi tim pengabdian dan mitra UMKM berjalan dengan baik. Pada proses pelaksanaan PKM ini masih terdapat beberapa kekurangan, misal kurangnya tempat untuk

---

proses pemijahan hingga proses persilangan ikan cupang serta kurangnya pengetahuan SDM mengenai teknologi sederhana dalam hal ini E-Market melalui Facebook dikarenakan heterogenitas latar belakang anggota UMKM.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini di danai oleh Universitas Dian Nuswantoro pada Tahun Anggaran Genap 2020-2021.

### REFERENCES

- [1] O. Prasadi, "Pemanfaatan Lahan Sempit sebagai Tempat Budidaya Ikan Cupang di Mertasinga, Cilacap," *E-DIMAS J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 10, no. 1, pp. 83–88, 2019.
- [2] F. Saputra and T. R. Efianda, "Pelatihan Manajemen Pemeliharaan Ikan Cupang Sebagai Ikan Hias Yang Berpotensi Meningkatkan Pendapatan Masyarakat," *J. Mar. Kreat.*, vol. 2, no. 1, pp. 44–49, 2020.
- [3] E. Kusriani, "Budidaya Ikan Hias Sebagai Pendukung Pembangunan Nasional Perikanan Di Indonesia," *Media Akuakultur*, vol. 5, no. 2, p. 109, 2010.
- [4] A. Permana, E. Kusriani, A. Priyadi, and S. Cindelaras, "PERKEMBANGAN EMBRIO DAN LARVA PADA DOMESTIKASI IKAN CUPANG (Betta rubra Perugia, 1893)," *J. Ris. Akuakultur*, vol. 15, no. 1, p. 19, 2020.
- [5] M. Agus, T. Y. Mardiana, and N. Bisrul, "Pengaruh Perbedaan Jenis Pakan Alami Daphnia, Jentik Nyamuk Dan Cacing Sutera Terhadap Pertumbuhan Ikan Cupang Hias (Betta splendens) 'The Effect of Different Types Of Natural Food Daphnia, Mosquito Larvae and Silk Worms to Growth of Ornamental Fish Bett,'" *Pena Akuatika J. Ilm. Perikan. dan Kelaut.*, vol. 2, no. 1, pp. 21–29, 2010.
- [6] M. N. Alfi, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Cupang Hias," *Nusant. J. Community Engagem.*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [7] S. Diani, Mustahal, and P. Sunyoto, "Usaha pembenihan ikan cupang (Betta Splenders) di Kabupaten Serang," *J. Pengkaj. dan Pengemb. Teknol. Pertan.*, vol. 8, no. 2, pp. 292–299, 2005.
- [8] Mahfut and Sutyarso, "Jurnal Pengamas, Vol. XX, No.XX, Bul an (Tahun) e-ISSN: 2622-383X," *J. Pengamas*, vol. XX, no. Xx, pp. 1–6.