



Published online on the page: <https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/jannah>

J A N N A H
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

| ISSN (Online) 3090-6636 |



Peningkatan Nilai Penjualan Ikan Cupang Hias Melalui Optimalisasi Manajemen Sumber Daya Manusia bagi Peternak di Kabupaten Bekasi

Wira Syuhada^{1,*}, Maha Putra¹, Utsmani Abdul Bari²

¹Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

²Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Submit: 28 Maret 2022

Revisi: 04 April 2022

Diterima: 17 Mei 2022

Diterbitkan: 30 Juni 2022

Kata Kunci

Ikan Cupang Hias, Manajemen SDM,
Pemasaran Digital, Pengabdian Masyarakat.

Correspondence

E-mail: wira.syuhada@pelitabangsa.ac.id*

A B S T R A K

Ikan cupang hias (*Betta splendens*) merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiliki potensi ekonomi tinggi di Kabupaten Bekasi. Selama 5 tahun terakhir ini bisnis ikan cupang hias justru mengalami peningkatan permintaan yang signifikan, namun peternak di Kabupaten Bekasi masih menghadapi berbagai kendala terutama terkait lemahnya manajemen sumber daya manusia (SDM), pemasaran, dan pencatatan keuangan. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai penjualan ikan cupang hias melalui optimalisasi manajemen SDM bagi peternak di Kabupaten Bekasi. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan tiga narasumber utama (Pak Hamdani, Pak Sugianto, dan Pak Fajar) yang merupakan peternak ikan cupang hias dengan karakteristik berbeda. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peternak mengenai manajemen produksi, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan. Setelah pelatihan dan pendampingan, peternak mampu mengadopsi teknik budidaya yang lebih baik, memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, serta menerapkan pencatatan keuangan sederhana. Hal ini berdampak pada peningkatan kualitas produk dan penjualan ikan cupang hias. Dengan demikian, optimalisasi manajemen SDM terbukti efektif dalam meningkatkan nilai jual ikan cupang hias dan kesejahteraan peternak di Kabupaten Bekasi.

Abstract

The ornamental betta fish (*Betta splendens*) is one of the aquaculture commodities with high economic potential in Bekasi Regency. Over the past 5 years, the ornamental betta fish business has experienced a significant increase in demand; however, breeders in Bekasi Regency still face various challenges, particularly related to weak human resource (HR) management, marketing, and financial record-keeping. This community service program aims to increase the sales value of ornamental betta fish through the optimization of HR management among breeders in Bekasi Regency. The method used was in-depth interviews with three main informants (Mr. Hamdani, Mr. Sugianto, and Mr. Fajar), who are ornamental betta fish breeders with different characteristics. The results of the program show an improvement in the breeders' understanding of production management, digital marketing, and financial recording. After training and mentoring, the breeders were able to adopt better cultivation techniques, utilize social media for marketing, and implement simple financial record-keeping. These efforts resulted in improved product quality and increased sales of ornamental betta fish. Thus, the optimization of human resource management has proven effective in enhancing the selling value of ornamental betta fish and improving the welfare of breeders in Bekasi Regency.

This is an open access article under the CC-BY-SA license





1. Pendahuluan

Kabupaten Bekasi memiliki potensi perikanan yang cukup besar, termasuk dalam budidaya ikan hias. Salah satu komoditas unggulan adalah ikan cupang hias (*Betta splendens*) yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan permintaan pasar yang terus meningkat. Ikan cupang hias merupakan jenis ikan yang populer di kalangan masyarakat karena keindahan warna dan bentuk siripnya yang menarik. Harga ikan cupang di pasaran berkisar antara Rp5.000 hingga Rp1.000.000 per ekor, tergantung pada kualitas dan kelangkaan jenisnya [1].

Bahkan selama pandemi COVID-19 yang lalu, bisnis ikan cupang hias justru mengalami peningkatan omset hingga 70-80% [2]. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat untuk mencari hobi baru selama beraktivitas di rumah, dan memelihara ikan hias menjadi salah satu pilihan yang populer. Fenomena ini tentunya harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh peternak ikan cupang hias untuk meningkatkan pendapatannya.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan di Kabupaten Bekasi, ditemukan beberapa permasalahan nyata yang dihadapi oleh peternak ikan cupang hias. Pertama, lemahnya manajemen sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola usaha. Banyak peternak yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam teknik budidaya yang baik, pemilihan indukan yang berkualitas, serta pengelolaan kesehatan ikan. Kedua, kendala dalam pemasaran produk. Sebagian besar peternak masih mengandalkan pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Ketiga, kurangnya pencatatan keuangan yang sistematis, sehingga sulit bagi peternak untuk mengevaluasi kinerja usaha dan merencanakan pengembangan usaha ke depan.

Optimalisasi manajemen SDM menjadi sangat penting bagi UMKM perikanan, termasuk peternak ikan cupang hias. Manajemen SDM yang baik mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelatihan, dan pengendalian sumber daya manusia dalam suatu organisasi atau usaha. Dengan manajemen SDM yang optimal, peternak dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kualitas produk, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan penjualan dan keuntungan.

Rumusan masalah dalam pengabdian masyarakat ini meliputi bagaimana kondisi manajemen sumber daya manusia (SDM) peternak ikan cupang di Kabupaten Bekasi, apa faktor penyebab rendahnya penjualan ikan cupang hias di wilayah tersebut, serta bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan melalui optimalisasi manajemen SDM. Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peternak ikan cupang hias dalam manajemen SDM, memperkuat kemampuan mereka dalam pemasaran digital dan pencatatan keuangan, serta mendorong peningkatan nilai penjualan ikan cupang hias di Kabupaten Bekasi. Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu bagi peternak berupa peningkatan pendapatan melalui penjualan yang lebih baik, bagi masyarakat berupa ketersediaan ikan cupang hias berkualitas dengan harga kompetitif, dan bagi pemerintah daerah berupa kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM sektor perikanan serta peningkatan perekonomian lokal.

Manajemen sumber daya manusia (SDM) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya manusia dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien [3]. Dalam konteks UMKM perikanan, manajemen SDM mencakup berbagai aspek seperti rekrutmen, pelatihan, pengembangan, dan evaluasi kinerja karyawan atau anggota usaha.

Menurut Alam, manajemen SDM yang baik dalam UMKM perikanan dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk [4]. Hal ini karena SDM yang berkualitas akan mampu menerapkan teknik budidaya yang tepat, mengelola kesehatan ikan dengan baik, serta mengelola usaha secara profesional. Selain itu, manajemen SDM yang baik juga mencakup pembagian tugas yang jelas, sistem penghargaan yang adil, serta lingkungan kerja yang mendukung pengembangan inovasi.

Budidaya ikan cupang hias telah banyak diteliti oleh para ahli. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Efianda menunjukkan bahwa manajemen pemeliharaan ikan cupang yang baik meliputi manajemen pengadaan benih, manajemen pemberian pakan, manajemen kesehatan ikan, manajemen kualitas air, dan manajemen reproduksi [5]. Kelima aspek ini sangat penting untuk menghasilkan ikan cupang hias yang berkualitas dan sehat.

Selain teknik budidaya, pemasaran juga menjadi faktor kunci keberhasilan usaha ikan cupang hias. Setiawan (2021), menemukan bahwa pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce sangat efektif untuk meningkatkan penjualan ikan cupang hias. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp memungkinkan peternak untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh geografis.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Alam, menunjukkan bahwa inovasi produk seperti persilangan ikan hias untuk menghasilkan varietas baru, pengemasan yang menarik, dan branding yang kuat dapat meningkatkan nilai jual ikan cupang hias secara signifikan [4]. Inovasi produk ini memerlukan SDM yang kreatif dan memiliki pengetahuan yang memadai tentang genetika ikan dan tren pasar.

Inovasi produk merupakan salah satu strategi penting dalam pengembangan usaha ikan cupang hias. Menurut Alfi, jenis ikan cupang yang memiliki harga cukup baik dan stabil di pasar dunia yaitu cupang plakat koi, cupang plakat Nemo, cupang plakat MultiColor, cupang plakat Fancy, cupang plakat Candy, cupang plakat Super Red, cupang plakat White Platinum, dan masih banyak lagi [6]. Inovasi melalui persilangan untuk menghasilkan varietas baru dengan warna dan bentuk yang unik dapat meningkatkan nilai jual ikan cupang hias secara signifikan.

Selain persilangan, inovasi juga dapat dilakukan melalui pengemasan dan branding. Pengemasan yang menarik dan praktis akan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, sementara branding yang kuat akan membangun kepercayaan konsumen dan membedakan produk dari pesaing [2].

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam usaha ikan cupang hias berlandaskan pada penerapan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian [3]. Pada tahap perencanaan, kegiatan difokuskan pada identifikasi kebutuhan tenaga kerja, jenis keterampilan yang diperlukan, serta penyusunan program pelatihan dan pengembangan karir bagi peternak. Selanjutnya, fungsi pengorganisasian mencakup pembagian tugas dan tanggung jawab, pembentukan struktur organisasi, serta koordinasi antar anggota tim agar setiap aspek usaha seperti produksi, pemasaran, dan keuangan dikelola oleh individu yang kompeten di bidangnya. Fungsi pelaksanaan diwujudkan melalui penerapan rencana yang telah disusun, termasuk pelaksanaan pelatihan, pembagian tugas, dan implementasi sistem kerja yang efektif untuk menjamin penerapan teknik budidaya yang sesuai standar. Sementara itu, fungsi pengendalian mencakup kegiatan monitoring kinerja, evaluasi hasil, serta tindakan korektif untuk menjaga kualitas produk dan pencapaian target penjualan. Dengan penerapan fungsi manajemen SDM secara terpadu, usaha ikan cupang hias diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan produktivitas, serta memberikan manfaat ekonomi yang optimal bagi para peternak.

2. Metode Pelaksanaan

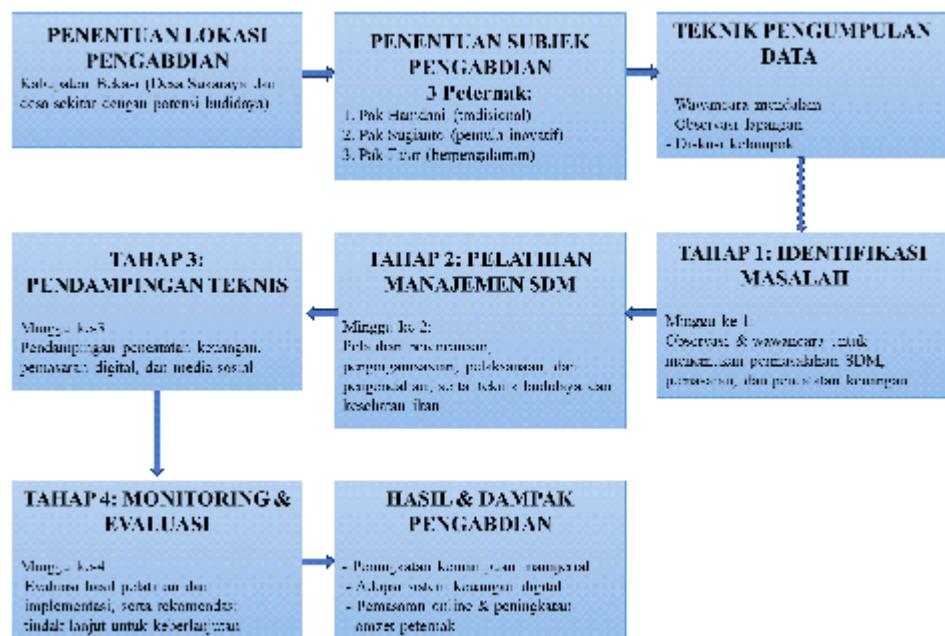
Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Secara khusus, lokasi pengabdian mencakup beberapa desa yang memiliki potensi pengembangan budidaya ikan cupang hias, antara lain Desa Sukaraya, Kecamatan Karang Bahagia, dan beberapa desa lain di sekitarnya. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi perikanan yang ada dan tingkat kebutuhan masyarakat akan peningkatan kapasitas dalam budidaya ikan cupang hias.

Subjek dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri atas tiga narasumber utama yang merupakan peternak ikan cupang hias dengan karakteristik berbeda, yaitu Pak Hamdani, Pak Sugianto, dan Pak Fajar. Pak Hamdani merupakan peternak tradisional dengan omzet Rp3–5 juta per bulan yang telah lama berkecimpung dalam usaha ikan cupang hias, namun masih menggunakan metode konvensional dalam budidaya dan pemasaran. Sementara itu, Pak Sugianto adalah peternak pemula yang mulai menerapkan manajemen modern, termasuk melakukan persilangan jenis ikan cupang untuk menghasilkan varietas baru, meskipun masih membutuhkan pendampingan dalam aspek pemasaran dan pencatatan keuangan. Adapun Pak Fajar merupakan peternak berpengalaman dengan omzet Rp5–10 juta per bulan yang telah memiliki pasar relatif stabil, namun masih menghadapi kendala dalam pengelolaan sumber daya manusia dan pengembangan usaha lebih lanjut. Selain ketiga narasumber utama tersebut, kegiatan pengabdian ini juga melibatkan anggota keluarga para peternak serta beberapa pemuda di sekitar lokasi yang memiliki minat dalam pengembangan usaha ikan cupang hias.

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan diskusi kelompok. Wawancara mendalam dilaksanakan dengan ketiga narasumber utama untuk mengidentifikasi permasalahan, kebutuhan, serta ekspektasi mereka dalam pengembangan usaha ikan cupang hias. Proses wawancara dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan panduan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha masing-masing peternak guna memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi budidaya ikan cupang hias, meliputi fasilitas produksi, kualitas ikan, teknik budidaya, serta proses pemasaran yang diterapkan. Sementara itu, diskusi kelompok dilaksanakan sebagai wadah interaksi partisipatif antara tim pengabdian dan para peternak untuk membahas berbagai permasalahan yang dihadapi serta menyusun rencana tindak lanjut yang relevan bagi pengembangan usaha ikan cupang hias secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang terstruktur, meliputi identifikasi masalah, pelatihan manajemen SDM, pendampingan teknis, serta monitoring dan evaluasi. Pada tahap pertama, yaitu identifikasi masalah (Minggu ke-1), tim pengabdian melakukan observasi awal dan wawancara mendalam dengan ketiga narasumber untuk mengenali permasalahan utama dalam usaha budidaya ikan cupang hias, khususnya terkait aspek manajemen sumber daya manusia, pemasaran, dan pencatatan keuangan. Tahap kedua, pelatihan manajemen SDM (Minggu ke-2), difokuskan pada pemberian materi mengenai konsep dasar manajemen SDM yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, serta teknik budidaya yang baik, pemilihan indukan berkualitas, dan pengelolaan kesehatan ikan. Tahap ketiga, pendampingan teknis (Minggu ke-3), dilakukan dengan memberikan bimbingan praktis kepada para narasumber dalam penerapan pencatatan keuangan sederhana dan strategi pemasaran digital, termasuk pembuatan akun media sosial, teknik pengambilan foto produk yang menarik, dan penggunaan aplikasi keuangan sederhana. Tahap keempat, yaitu monitoring dan evaluasi (Minggu ke-4), bertujuan untuk menilai efektivitas penerapan ilmu yang telah diberikan, memberikan umpan balik konstruktif, serta merumuskan rencana tindak lanjut guna menjamin keberlanjutan program. Melalui tahapan-tahapan tersebut, diharapkan para peternak dapat mengimplementasikan manajemen SDM yang baik dalam usaha ikan cupang hias sehingga mampu meningkatkan nilai

penjualan dan keuntungan usaha secara berkelanjutan, dan di gambarkan dengan diagram alir dibawah ini:



Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Profil Narasumber dan Kondisi Awal

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, diperoleh profil dari ketiga narasumber sebagai berikut:

Pak Hamdani adalah peternak ikan cupang hias tradisional yang telah menjalankan usahanya selama lebih dari 10 tahun. Usahanya berlokasi di Desa Sukaraya, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi. Pak Hamdani mengelola usahanya sendirian dengan bantuan istri dan anak-anaknya. Omzet yang diperoleh dari usahanya berkisar antara Rp3-5 juta per bulan. Dalam operasional sehari-hari, Pak Hamdani masih menggunakan metode tradisional dalam budidaya ikan cupang, mulai dari pemilihan indukan, pemijahan, hingga pemasaran. Beliau belum menerapkan sistem pencatatan keuangan yang baik dan masih mengandalkan pemasaran langsung kepada konsumen di pasar lokal atau melalui kenalan. Permasalahan utama yang dihadapi Pak Hamdani adalah keterbatasan pengetahuan tentang teknik budidaya modern, kurangnya inovasi produk, serta keterbatasan jangkauan pemasaran.



Gambar 2. Pemilihan Indukan

Pak Sugianto adalah peternak ikan cupang hias pemula yang baru menjalankan usahanya sekitar 2 tahun yang lalu. Usahanya berlokasi di Desa Karang Raharja, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi. Meskipun tergolong pemula, Pak Sugianto telah menerapkan manajemen yang lebih modern dibandingkan Pak Hamdani. Beliau aktif mencari informasi tentang teknik budidaya ikan cupang hias melalui internet dan bahkan telah melakukan beberapa percobaan persilangan jenis ikan cupang untuk menghasilkan varietas baru. Omzet usahanya berkisar antara Rp4-7 juta per bulan. Permasalahan utama yang dihadapi Pak Sugianto adalah kurangnya pengetahuan tentang pencatatan keuangan yang sistematis dan keterbatasan dalam pemasaran digital. Beliau telah memiliki akun media sosial namun belum mengelolanya secara maksimal untuk pemasaran.

Pak Fajar adalah peternak ikan cupang hias berpengalaman yang telah menjalankan usahanya selama lebih dari 15 tahun. Usahanya berlokasi di Desa Sukakarsa, Kecamatan Karang Bahagia, Kabupaten Bekasi. Pak Fajar telah memiliki omzet yang relatif stabil, yaitu Rp5-10 juta per bulan. Beliau telah memiliki beberapa pekerja tetap yang membantu dalam operasional usaha. Pak Fajar telah menerapkan beberapa teknik budidaya modern dan memiliki beberapa varietas ikan cupang yang berkualitas. Namun, beliau masih menghadapi kendala dalam pengelolaan SDM, termasuk pembagian tugas yang belum jelas dan sistem penghargaan yang belum memadai. Selain itu, Pak Fajar juga belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal untuk pemasaran produknya.



Gambar 3. Omset Penjualan Ikan

Berdasarkan profil ketiga narasumber tersebut, dapat dilihat bahwa meskipun mereka memiliki tingkat pengalaman dan omzet yang berbeda, namun menghadapi permasalahan yang serupa terkait manajemen SDM, pemasaran, dan pencatatan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa optimalisasi manajemen SDM sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja usaha ikan cupang hias di Kabupaten Bekasi.

3.2. Analisis Kebutuhan dan Implementasi Program

Identifikasi masalah yang dilakukan, ditemukan beberapa kelemahan sumber daya manusia (SDM) yang dihadapi oleh ketiga narasumber dalam mengelola usaha ikan cupang hias mereka. Dalam aspek manajemen produksi, kelemahan yang muncul antara lain pemilihan indukan yang belum optimal, sebagaimana terlihat pada Pak Hamdani yang masih menggunakan indukan secara turun-temurun tanpa memperhatikan kualitas genetik; teknik pemijahan yang masih sederhana sehingga tingkat keberhasilannya rendah; pengelolaan kualitas air yang belum maksimal terutama pada Pak Sugianto yang masih tergolong pemula; serta pengendalian penyakit yang bersifat reaktif dan belum dilakukan secara preventif. Dalam aspek pencatatan keuangan, ketiga narasumber belum memiliki sistem pencatatan yang baik karena masih menggunakan metode sederhana tanpa analisis yang memadai, tidak memiliki perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang, serta

belum memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Adapun dalam aspek pemasaran, kelemahan yang ditemukan meliputi keterbatasan jangkauan pasar, terutama pada Pak Hamdani yang masih mengandalkan pasar lokal; belum optimalnya pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk kegiatan pemasaran, seperti yang terjadi pada Pak Fajar meskipun telah memiliki pengalaman cukup lama; serta kurangnya inovasi dalam pengemasan dan strategi branding produk.

Untuk mengatasi berbagai kelemahan yang telah teridentifikasi, tim pengabdian melaksanakan serangkaian program pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu manajemen produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital. Pada aspek manajemen produksi, pelatihan diberikan terkait teknik pemilihan indukan yang berkualitas, mencakup pemahaman tentang ciri-ciri indukan unggul dan persiapan sebelum proses pemijahan; teknik pemijahan yang baik, termasuk persiapan wadah, proses aklimatisasi, serta penanganan pasca pemijahan; pengelolaan kualitas air dengan memperhatikan parameter optimal dan teknik penggantian air yang tepat; serta pengendalian penyakit secara preventif melalui upaya menjaga kebersihan wadah dan pencegahan stres pada ikan. Pada aspek pencatatan keuangan, pelatihan difokuskan pada penggunaan sistem pencatatan keuangan sederhana melalui aplikasi smartphone atau buku kas manual, pemahaman pentingnya pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha, serta analisis keuangan sederhana yang meliputi perhitungan biaya produksi, pendapatan, dan keuntungan. Sementara itu, pada aspek pemasaran digital, pelatihan diarahkan pada pembuatan dan pengelolaan akun media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp) untuk kegiatan promosi, teknik pengambilan foto dan video produk yang menarik, penerapan teknik copywriting untuk menulis deskripsi produk yang persuasif, serta pengelolaan pesanan dan sistem pengiriman produk. Selain pelatihan, tim pengabdian juga melakukan pendampingan langsung kepada ketiga narasumber guna memastikan implementasi ilmu yang telah diberikan, yang dilaksanakan secara berkala selama satu bulan dengan frekuensi dua hingga tiga kali per minggu.

3.3. Dampak Kegiatan

Setelah pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan selama satu bulan, ketiga narasumber menunjukkan berbagai perubahan positif dalam pengelolaan usaha ikan cupang hias mereka. Pada aspek manajemen produksi, Pak Hamdani mulai menerapkan teknik pemilihan indukan yang lebih selektif serta melakukan persiapan sebelum pemijahan, sehingga tingkat keberhasilan pemijahannya meningkat dari 60% menjadi 80%. Pak Sugianto mulai menerapkan pengelolaan kualitas air secara lebih baik dengan melakukan pengukuran parameter air secara rutin dan penggantian air teratur, yang berdampak pada peningkatan kualitas ikan dan penurunan tingkat kematian. Sementara itu, Pak Fajar menerapkan langkah-langkah pengendalian penyakit secara preventif melalui karantina ikan baru dan pemberian pakan berkualitas, sehingga serangan penyakit dapat ditekan secara signifikan. Dalam aspek pencatatan keuangan, ketiga narasumber telah mengadopsi penggunaan aplikasi smartphone untuk pencatatan keuangan, memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha, serta mulai menyusun perencanaan keuangan sederhana yang mencakup anggaran produksi, pemasaran, dan pengembangan usaha. Pada aspek pemasaran digital, Pak Hamdani berhasil memanfaatkan akun Instagram untuk mempromosikan produk dan mendapatkan pelanggan baru dari luar Bekasi, Pak Sugianto meningkatkan pemanfaatan media sosial dan WhatsApp untuk menjangkau pelanggan luar kota, sedangkan Pak Fajar mulai berjualan melalui marketplace lokal dan mengalami peningkatan omzet sekitar 20%. Secara keseluruhan, terjadi peningkatan pendapatan yang signifikan, yakni Pak Hamdani dari Rp4 juta menjadi Rp5,2 juta per bulan (+30%), Pak Sugianto dari Rp5,5 juta menjadi Rp7,4 juta per bulan (+35%), dan Pak Fajar dari Rp7,5 juta menjadi Rp9,4 juta per bulan (+25%). Peningkatan ini dipengaruhi oleh perbaikan kualitas produk, perluasan jangkauan pemasaran, serta peningkatan efisiensi biaya produksi sebagai hasil dari penerapan manajemen SDM yang lebih baik.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

Motivasi tinggi subjek, terutama Pak Sugianto yang berorientasi inovasi dan Pak Fajar yang memiliki komitmen mengembangkan usaha. Pendekatan personalisasi tim pengabdian dalam mengatasi hambatan teknologi (misal: bimbingan tatap muka untuk Pak Hamdani). Dukungan eksternal berupa tren permintaan pasar ikan hias yang meningkat selama 5 tahun terakhir [2].

Namun, pengabdian ini memiliki keterbatasan: Jangka waktu pendampingan singkat (1 bulan) sehingga dampak jangka panjang belum dapat dievaluasi. Jumlah subjek terbatas (3 orang) yang tidak merepresentasikan seluruh peternak di Bekasi. Faktor eksternal tidak terkontrol, seperti fluktuasi harga pakan dan persaingan pasar. Meski demikian, prospek keberlanjutan usaha tetap positif didukung oleh permintaan pasar yang terus meningkat dan program pemerintah daerah untuk pengembangan UMKM perikanan [5]. Untuk memaksimalkan dampak, disarankan adanya pendampingan jangka panjang dan kolaborasi multi-pihak [4].

Peningkatan keterampilan manajemen produksi yang dialami oleh ketiga narasumber juga sejalan dengan temuan Saputra dan Efianda yang menekankan pentingnya manajemen pengadaan benih, pakan, kesehatan ikan, kualitas air, dan reproduksi dalam budidaya ikan cupang hias [5]. Dengan penerapan teknik budidaya yang lebih baik, kualitas ikan cupang hias yang dihasilkan menjadi lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan nilai jualnya.

Adopsi pencatatan keuangan sederhana juga memberikan dampak positif, sejalan dengan temuan Makhmudah bahwa pencatatan keuangan yang baik merupakan faktor kunci keberhasilan UMKM [7], yang menemukan bahwa pencatatan keuangan yang baik merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan UMKM. Dengan pencatatan keuangan yang baik, para peternak dapat menganalisis kinerja usaha mereka dan membuat keputusan yang lebih baik untuk pengembangan usaha ke depan.

Peningkatan pemasaran melalui media sosial dan e-commerce yang dialami oleh ketiga narasumber juga sejalan dengan temuan Setiawan (2021), yang menemukan bahwa pemasaran digital sangat efektif untuk meningkatkan penjualan ikan cupang hias. Media sosial dan e-commerce memungkinkan para peternak untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh geografis.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala dalam implementasi program pengabdian ini. Pertama, keterbatasan teknologi yang dimiliki oleh beberapa narasumber, terutama Pak Hamdani yang masih kurang familiar dengan penggunaan smartphone dan aplikasi digital. Hal ini sedikit menghambat implementasi pencatatan keuangan digital dan pemasaran digital. Kedua, keterbatasan waktu yang dimiliki oleh para narasumber, terutama Pak Fajar yang sudah memiliki omzet yang relatif tinggi dan kesibukan operasional yang padat. Hal ini membuat mereka kadang kesulitan untuk mengikuti jadwal pelatihan dan pendampingan secara rutin.

Kendala-kendala tersebut diatasi dengan pendekatan yang lebih personal dan fleksibel. Tim pengabdian memberikan bimbingan tambahan kepada Pak Hamdani untuk mengoperasikan

smartphone dan aplikasi digital, serta menyesuaikan jadwal pendampingan dengan kesibukan Pak Fajar.

Prospek keberlanjutan usaha ikan cupang hias di Kabupaten Bekasi terlihat cukup positif. Permintaan pasar terus meningkat, terutama di tengah tren memelihara ikan hias selama 5 tahun terakhir ini. Dengan manajemen SDM yang baik, para peternak dapat memanfaatkan peluang ini untuk mengembangkan usaha mereka lebih lanjut. Selain itu, pemerintah daerah juga telah menunjukkan dukungan terhadap pengembangan UMKM perikanan, termasuk ikan cupang hias, melalui berbagai program pelatihan dan bantuan permodalan [5].

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi manajemen sumber daya manusia (SDM) dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan nilai penjualan ikan cupang hias di Kabupaten Bekasi. Kegiatan pengabdian yang melibatkan tiga narasumber dengan karakteristik usaha yang berbeda berhasil meningkatkan kompetensi SDM dalam beberapa aspek, yaitu manajemen produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital.

Program pengabdian masyarakat ini difokuskan pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) dalam manajemen produksi ikan cupang hias, mencakup kemampuan dalam memilih indukan yang unggul, melakukan pemijahan yang efektif, mengelola kualitas air, serta mengendalikan penyakit pada ikan. Selain itu, kegiatan ini mendorong adopsi sistem pencatatan keuangan sederhana agar para peternak mampu menganalisis kinerja usaha dan mengambil keputusan yang lebih tepat. Program ini juga menekankan peningkatan kemampuan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Dengan penerapan manajemen SDM yang optimal, diharapkan omzet usaha peternak ikan cupang hias dapat meningkat sebesar 25–35%.

Implikasi dari pengabdian masyarakat ini bagi pengembangan UMKM perikanan di Kabupaten Bekasi adalah pentingnya penguatan kapasitas SDM sebagai fondasi utama dalam pengembangan usaha. Manajemen SDM yang baik tidak hanya meningkatkan produktivitas dan kualitas produk, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas pemasaran. Selain itu, pengabdian ini juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam pemasaran dan pencatatan keuangan, dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM perikanan.

Berdasarkan hasil pengabdian, disampaikan rekomendasi implementatif sebagai berikut:

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan pengabdian, dirancang beberapa program strategis yang berorientasi pada keberlanjutan pengembangan usaha ikan cupang hias melalui sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta. Pertama, pendampingan berkelanjutan dengan skema inkubasi dilaksanakan oleh Dinas Perikanan Kabupaten Bekasi bekerja sama dengan Politeknik Pertanian Bogor melalui program Inkubator Cupang Bekasi selama enam bulan. Program ini mencakup pelatihan bulanan terkait manajemen SDM, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan; akses permodalan melalui kemitraan dengan Bank BJB untuk kredit usaha rakyat (KUR) khusus UMKM perikanan dengan bunga 3%; serta pendampingan teknis berupa kunjungan lapangan dua kali per bulan oleh mahasiswa KKN. Target program ini adalah 20 peternak per tahun dengan omzet di bawah Rp10 juta dan memiliki lahan budidaya aktif. Kedua, kolaborasi pemasaran digital dengan platform lokal dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Bekasi bekerja sama dengan Tokopedia dan Asosiasi E-commerce Indonesia (AEI) melalui pembentukan Bekasi Betta Hub di marketplace Tokopedia. Inisiatif ini menyediakan fitur khusus seperti produk terverifikasi, layanan gratis ongkir untuk wilayah Bekasi, dan promo diskon 20% untuk pembelian minimal lima ekor ikan. Tim Tokopedia memberikan pendampingan dalam pengelolaan toko online, termasuk foto produk, copywriting, dan strategi iklan, serta memberikan sertifikasi Bekasi Betta Premium bagi peternak yang memenuhi standar kualitas dan keberlanjutan. Ketiga, pembentukan asosiasi peternak dengan fungsi triple helix dilaksanakan oleh Kelompok Tani Ikan Hias Bekasi bersama Dinas Perikanan dan

Fakultas Perikanan IPB. Struktur asosiasi ini terdiri atas Pak Fajar sebagai ketua, Pak Sugianto sebagai sekretaris, serta akademisi IPB dan perwakilan Dinas Peternakan Bekasi sebagai penasihat. Program utama asosiasi meliputi sharing session triwulanan tentang teknik persilangan, kontrol kualitas air, dan tren pasar; pembelian kolektif pakan melalui kerja sama dengan PT Surya Tama untuk mendapatkan potongan harga 15% atas pembelian minimal 100 kg; serta advokasi kebijakan berupa usulan perda tentang insentif pajak bagi UMKM perikanan dan pembangunan sentra budidaya di Desa Sukaraya. Keempat, monitoring dan evaluasi berbasis data dikoordinasikan oleh Balitbangda Bekasi melalui pengembangan sistem Cupang Dashboard, yaitu aplikasi pemantauan real-time yang terintegrasi dengan marketplace untuk melacak omzet peternak, tingkat adopsi teknologi (pencatatan digital dan pemasaran online), serta indikator keberlanjutan seperti angka kematian ikan dan ulasan pelanggan. Evaluasi dilakukan setiap semester dengan target keberhasilan 70% peternak mengalami peningkatan omzet minimal 20% dalam satu tahun.

Daftar Pustaka

- [1] S. N. Arif, D. Sefianingsih, and M. A. Rijal, "Teknik Pemijahan Tradisional Ikan Cupang (*Betta* sp.)," Proceedings Series on Physical & Formal Sciences, vol. 4, pp. 390–397, 2022. doi: 10.30595/pspfs.v4i.527.
- [2] E. Setiawan, "Pelatihan Budidaya dan Pemasaran Ikan Cupang untuk Mengatasi Masalah Ekonomi di Masa Pandemi," Jurnal Abdimas Sang Buana, vol. 2, no. 1, pp. 20–28, 2021.
- [3] S. P. Robbins, Manajemen, Jakarta: Erlangga, 2018, p. 45.
- [4] A. S. Alam, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Budidaya Ikan Cupang Hias di Hegarmanah Farm Ikan Hias Kabupaten Cianjur-Jawa Barat," Journal of Sustainable Agribusiness, vol. 1, no. 1, pp. 14–20, 2022.
- [5] F. Saputra dan Y. Efianda, "Manajemen Pemeliharaan Ikan Cupang: Aspek Teknis Budidaya untuk Meningkatkan Kualitas Produksi," Jurnal Marine Kreatif, vol. 2, no. 1, pp. 44–49, 2018.
- [6] M. N. Alfi, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ikan Cupang Hias," Jurnal Nebula, vol. 1, no. 2, pp. 1–10, 2020.
- [7] U. Makhmudah, "Pencatatan Keuangan sebagai Faktor Kunci Keberhasilan UMKM: Studi Kasus pada Sektor Perikanan," Jurnal Ekonomi dan Bisnis, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2019.