

# PEMANFAATAN PLATFORM SOSIAL PADA DAERAH KARAWACI UNTUK MENINGKATKAN DAYA JUAL PADA PASAR IKAN HIAS

Endang Bahrudin<sup>1</sup>, Aji Sutomo<sup>2</sup>, Ardi  
Abraham<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Tidar Indonesia

Sejarah artikel

Diterima: 03 Mei 2021

Revised: 05 Mei 2021

Diterima: 06 Mei 2021

Email:

[endangbahrudin@gmail.com](mailto:endangbahrudin@gmail.com)<sup>1</sup>,

[ajisutomo@gmail.com](mailto:ajisutomo@gmail.com)<sup>2</sup>,

[ardiarbaham1@gmail.com](mailto:ardiarbaham1@gmail.com)<sup>3</sup>,



## Abstraksi

*Dalam dunia komunikasi, kemajuan teknologi 4.0 semakin memudahkan dalam menyebarkan informasi, terutama melalui penggunaan media sosial. Menurut kompas.com, Facebook memiliki 2,4 miliar pengguna, menjadikannya situs media sosial yang multifungsi, salah satunya untuk berwirausaha. Jika menggunakan media komunikasi bisnis online, peran Facebook sebagai media bisnis online, Ikan Hias Predator kawasan Karawaci pun diteliti. Dalam penelitian ini, pendekatan analisis data adalah alat deskriptif yang meliputi menganalisis pengguna secara berkelompok. Temuan tersebut mengungkapkan bahwa Facebook bertindak lebih dari sekadar alat promosi untuk bisnis online, tetapi juga sebagai cara agar dapat berinteraksi dengan calon customers. Pengusaha juga bisa mendapatkan keuntungan dari pangsa pasar Facebook yang luas. Di wilayah Karawaci hal ini berdampak besar pada penjualan ikan hias predator.*

Kata Kunci: *Jejaring sosial; kewirausahaan; dan bisnis online*

## Abstract

*In the world of communication, advances in technology 4.0 make it easier to disseminate information, especially through the use of social media. According to kompas.com, Facebook has 2.4 billion users, making it a multi-functional social media site, one of which is for entrepreneurship. If using online business communication media, Facebook's role as an online business medium, the Karawaci area's Predator Ornamental Fish was also studied. In this study, the data analysis approach is a descriptive tool that includes analyzing users in groups. The findings reveal that Facebook acts more than just a promotional tool for online businesses, but also as a way to interact with potential customers. Entrepreneurs can also benefit from Facebook's vast market share. In the Karawaci area this has a major impact on the sale of predatory ornamental fish.*

Keywords: *Social networking; entrepreneurship; and online business*

## 1. PENDAHULUAN

Di tengah pandemi Covid-19, banyak pekerja yang mencari pekerjaan dan area kerja yang disediakan terbatas sehingga terjadi persaingan antar pekerja sehingga menambah masalah tingkat pengangguran. Untuk permasalahan tersebut, solusinya dapat ditemukan dalam bentuk memulai usaha[1]. Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat, DKI Jakarta, D.I. Yogyakarta dan Banten ditetapkan sebagai sasaran pusat produksi ikan hias air tawar terbesar oleh Kementerian

Kelautan dan Perikanan pada tahun 2014. Sementara itu, dua sentra utama budidaya ikan hias air tawar berada pada wilayah Kota Depok dan kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat [2].

Kurangnya kreatif-inovatif serta tidak adanya keberanian dalam mengambil risiko untuk memulai, membuka, dan mengelola usaha. Kreatif dan inovatif serta keberanian mengambil resiko adalah keunggulan seorang wirausaha [3]. Beberapa ciri wirausaha lainnya seperti percaya diri, berorientasi pada kinerja, kepemimpinan, kerja keras yang akan mendukung lahirnya sumber daya manusia yang mampu mengelola usaha. Pengusaha merupakan seseorang yang bisa mengembangkan produk baru atau mencetuskan inovasi guna untuk membangun bisnis dengan konsep baru [4]. Didukung pengumuman dari bapak presiden Jokowi, bahwa bansos(bantuan sosial) untuk 13 juta+ UMKM akan segera cair dalam 1-2 minggu kedepan dihitung dari pengumpulan data(berkas) [5]. Setiap UMKM akan mendapatkan modal kerja darurat senilai Rp 2,4 juta. dengan adanya suntikan modal ini menambah semaraknya berwirausaha. Daerah Karawaci sendiri pun banyak sekali para pelaku wirausaha, dan salah satunya di bidang ikan hias predator akan tetapi para pelaku wirausahanya hanya di toko-toko besar [6][6].

## 2.METODE PELAKSANAAN

Untuk menganalisa faktor-faktor yang dapat menimbulkan permasalahan dan pemecahan masalah yang terjadi maka pada penelitian ini digunakan metode SWOT. Analisa SWOT sendiri merupakan logika yang dapat menentukan kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang(Opportunity), dan ancaman (Threats) [7]. Strategis dalam mengambil keputusan yang berhubungan langsung dengan meningkatkan misi, tujuan dan kebijakan perusahaan [8].

Strategi tersebut harus dirancang dengan menganalisis faktor-faktor strategis dari kondisi perusahaan saat ini (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).

Strength(S)	Weakness(W)
1. Pemasaran Ikan melalui media sosial Facebook (online) 2. lebih ekonomis dan kualitas unggul.	1. Harus mempunyai akun Facebook. 2. Memerlukan jaringan Internet 3. Kurangnya variasi ikan dan perlengkapan yang dibutuhkan konsumen.
Opportunity(O)	Threats(T)
1. Membantu para penghobi ikan hias predator daerah sepatan untuk mendapatkan ikan yang ekonomis dan kualitas terbaik..	1. Jika terjadi kerusakan pada Facebook 2. Ukuran ikan dapat dimanipulasi saat memasarkan

Kemudian untuk menemukan skema yang cocok untuk mengatasi faktor-faktor kondisi yang telah dijabarkan pada tabel matriks SWOT diatas, maka digunakan 4 skema sebagai berikut [9]:

1. Skema S-O, untuk mengetahui peluang dari kekuatan yang dimiliki oleh sebuah sistem.
2. Skema S-T, untuk mengatasi ancaman yang ada dengan kekuatan sebuah sistem.
3. Skema W-O, untuk mengatasi kelemahan agar dapat mencapai peluang yang dimiliki oleh sistem.
4. Skema W-T, untuk mengatasi kelemahan agar terhindar dari ancaman yang dimiliki sistem.

Internal/Eksternal	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	SO	WO
	Memberikan kemudahan untuk para	membuat akun media sosial lain

	penghobi ikan hias predator untuk mendapatkan ikan yang berkualitas.	seperti Whatsapp atau Instagram yang memiliki pengguna yang cukup banyak
Threats (Ancaman)	ST	WT
	Pembuatan Grup Facebook guna menaungi dan melingkupi pemasaran	Melakukan ikatan persaudaraan antar wirausaha Ikan hias predator di daerah Sepatan dengan menerapkan suatu aturan.

### 3. PEMBAHASAN



Gambar 1. Postingan Grup Sewan Aquatic



Gambar 2. Logo Pasar Ikan Hias dan Predator Karawaci Tangerang



Laisul Kurni membagikan tautan

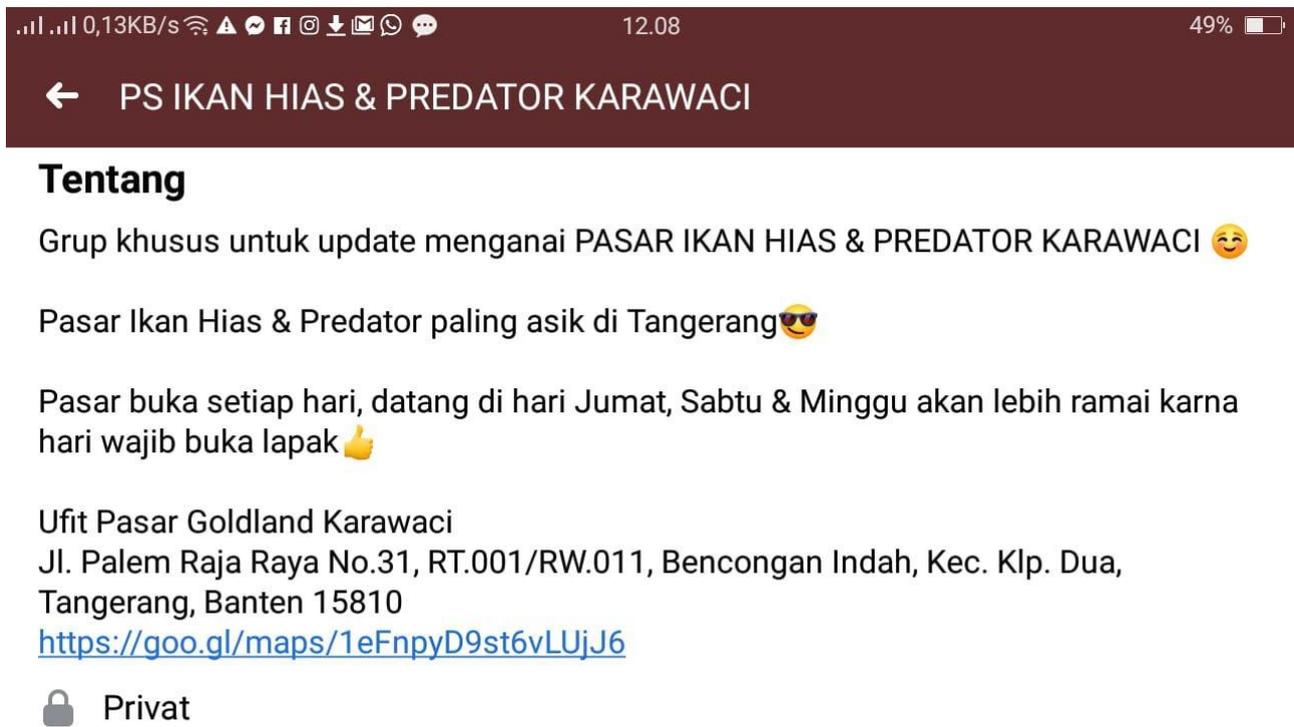


👤 Anggota Baru • 14 jam • 🗿

[https://youtu.be/6E0bJiupE\\_I](https://youtu.be/6E0bJiupE_I)



Gambar 3. Youtube tentang Ikan Hias



Gambar 4. Tentang Grup Pasar Ikan Hias dan Predator

Komunitas Ikan Hias dan Predator Karawaci Tangerang adalah Grup Facebook yang dibuat sebagai wadah untuk para wirausaha di daerah Karawaci guna meningkatkan perekonomian daerah Karawaci saat pandemi ini.

salurkan hoby kalian,dan bernialalah dengan bijak, jangan sampai kelalaian keteledoran kita memberi dampak negati kepada anggota (SCMP)

-  **Publik**  
Semua orang bisa melihat siapa anggota grup ini dan apa yang diposting
-  **Terlihat**  
Semua orang bisa menemukan grup ini.
-  **Sepatan, Jawa Barat, Indonesia**
-  **Grup Umum**
-  **Riwayat**  
Grup dibuat pada 18 September 2020 Lihat Selengkapnya

Gambar 5. Slogan, Data - data, dan Lokasi

Slogan SCMP sendiri secara tidak langsung memberikan suatu peraturan kepada para anggota agar saling menghargai sesama anggota. Tercantum juga lokasi pusat dari Grup SCMP yakni di daerah Sepatan [10].

### Aturan Grup dari Admin

- 1 Grup Komunitas Ikan Hias Tangerang - (S.C.M.P)** ^  
Di persilakan memposting ikan kesayangannya dengan syarat ikan tidak di pegang / diserok di luar air atau di dalam air sekalipun. Bila member ingin memperjualbelikan ikanny **JANGAN CANTUMKAN kata JUAL** ...
- 2 Dilarang Cantumkan Nominal HARGA** ^  
Negosiasi harga pakailah fasilitas messenger atau WA Jadikanlah grup ini sebagai wadah shering, berbagi pengalaman dan wadah transaksional. Gunakanlah Bahasa yang sopan dan tidak menyinggung SARA ...
- 3 DIPERSILAKAN LELANG IKAN DI GRUP INI** ^  
Dengan ketentuan tag admin dan moderator atau salah satunya. ...

Gambar 6. Peraturan Grup SCMP

Aturan SCMP dibuat untuk mengatur postingan baik dari admin atau anggota agar tidak menyinggung yang lainnya [11]. Aturan ini juga agar menjaga grup tidak terdeteksi sebagai grup yang melanggar aturan FB seperti penjualan barang-barang ilegal [1 [12] [13]

**Anggota ( · 6,9 rb)**



Fajar, Herii, dan 19 teman lainnya adalah anggotanya.

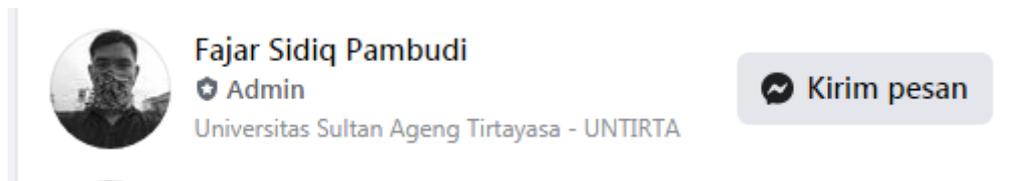


Beëzd dan 6 anggota lainnya adalah admin. Reno adalah moderator.

Lihat Semua

Gambar 7. Total Anggota SCMP

Tercatat anggota beserta Admin berkisar 6,9 ribu aktif atau nonaktif, jumlah pun semakin hari semakin bertambah [14] [15]. Anggota pun tersebar di daerah SCMP Tangerang kota, cikupa, dan bahkan sampai ke daerah jakarta [16] [17] .



Gambar 8. Akun Admin sebagai Pengatur Grup

Sebagai Admin adalah suatu keuntungan karena memiliki kelebihan yaitu keakraban antar sesama admin atau anggota yang salah satunya akan menjadikan narasumber modal untuk modal berwirausaha di bidang ikan hias predator [18].



Gambar 9. Postingan grup

Setelah membuat postingan dengan mencantumkan jenis ikan, ukuran, serta lokasi. Tetapi untuk harga tidak bisa dicantumkan dikarenakan akan terdeteksi sebagai grup yang melanggar aturan FB. Dan juga menjaga sesama wirausaha [19]. untuk komunikasi melalui inbox FB atau mengirim nomor Whatsapp[20].

## 5. KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan , antara lain:

1. Tujuan dari wirausaha sosial adalah sebagai salah satu solusi terhadap permasalahan sosial mengalami tekanan akibat pandemi Covid-19. Yang menyebabkan penurunan omzet yang diperkirakan mencapai 70%.

2. Masyarakat yang turut ikut serta dalam kegiatan usaha Purba Plastik, mayoritas “dirumahkan” akibat kegiatan usaha yang terdampak pandemi Covid-19.
3. Kebimbangan akibat pandemi Covid-19 memerlukan dukungan dari pemerintah terhadap keberlangsungan wirausaha sosial.
4. Anjloknya harga mengakibatkan tertahannya sebagian biji plastik yang telah selesai diproses sebelum pandemi untuk disimpan yang kemudian hanya menjual biji plastik yang diproses selama pandemi.
5. Metode alternatif sangat dibutuhkan agar tetap dapat bertahan di tengah-tengah pandemic Covid19
6. Pemanfaatan Media Sosial

Dua saran yang didapatkan pada penelitian ini adalah:

1. Strategi alternatif disarankan adalah untuk melakukan diversifikasi tidak terhubung, sehingga diharapkan agar kegiatan perakitan mesin pengolahan pemasaran ikan hias tetap dilaksanakan dengan dasar peluang yang menjanjikan. Melalui kegiatan ini diharapkan perekonomian menjadi membaik.
2. Menjadi agen perubahan, diharapkan mampu melakukan edukasi serta menjalin komunikasi terhadap para seller dan komunitas pecinta ikan akan pentingnya menjaga nama baik dan ikatan persaudaraan.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Hariguna, U. Rahardja, Q. Aini, and Nurfaizah, “Effect of social media activities to determinants public participate intention of e-government,” *Procedia Comput. Sci.*, vol. 161, pp. 233–241, 2019, doi: 10.1016/j.procs.2019.11.119.
- [2] R. Setiawan, F. S. Windu, M. Abdimas, and G. Mag, “No Title,” vol. 05, no. 01, 2020.
- [3] H. T. Sukmana, “Prototyping ITSDI Journal Center Menggunakan Tools Invision Untuk Mewujudkan Creative Innovation Soft Skill Di Era Industri 4.0,” *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 56–69, 2020.
- [4] K. Meureubo, K. Meureubo, P. Peunaga, K. Meureubo, and P. Peunaga, “PELATIHAN MANAJEMEN PEMELIHARAAN IKAN CUPANG SEBAGAI IKAN HIAS YANG BERPOTENSI MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT TRAINING OF MANAGEMENT FIGHTING FISH (Betta sp.) AS A POTENTIAL FISHERY INCREASING COMMUNITY REVENUE,” vol. II, no. April, pp. 44–49, 2018.
- [5] N. Sunardi, R. Lesmana, Rudi, Kartono, and W. Hasbiyah, “Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19,” *Abdi Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 75–86, 2020, [Online]. Available: <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/7416/4901>.
- [6] G. Keifer and F. Effenberger, “PELATIHAN KOMPUTER DAN ADMINISTRASI PERKANTORAN DI DESA PANDANLANDUNG KABUPATEN MALANG,” *Angew. Chemie Int. Ed.*, vol. 6, no. 11, pp. 951–952, 1967.
- [7] N. Lutfiani, E. P. Harahap, Q. Aini, A. D. A. R. Ahmad, and U. Rahardja, “Inovasi Manajemen Proyek I-Learning Menggunakan Metode Agile Scrumban,” *InfoTekJar J. Nas. Inform. dan Teknol. Jar.*, vol. 5, no. 1, pp. 96–101, 2020.
- [8] Sudaryono, U. Rahardja, Q. Aini, Y. Isma Graha, and N. Lutfiani, “Validity of Test Instruments,” *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 1364, no. 1, 2019, doi: 10.1088/1742-6596/1364/1/012050.
- [9] T. G. Papaioannou *et al.*, “IoT-enabled gamification for energy conservation in public buildings,” in *2017 Global Internet of Things Summit (GIoTS)*, 2017, pp. 1–6.
- [10] R. Hardjosubroto, U. Raharja, N. Anggraini, and W. Yestina, “PENGALANGAN DANA DIGITAL UNTUK YAYASAN DISABILITAS MELALUI PRODUK UMKM DI ERA 4.0,” *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [11] B. Morschheuser, L. Hassan, K. Werder, and J. Hamari, “How to design gamification? A method for engineering gamified software,” *Inf. Softw. Technol.*, vol. 95, pp. 219–237, 2018.
- [12] Q. Aini, S. Riza Bob, N. P. L. Santoso, A. Faturahman, and U. Rahardja, “Digitalization of Smart Student Assessment Quality in Era 4.0,” *Int. J. Adv. Trends Comput. Sci. Eng.*, vol. 9, no. 1.2, pp. 257–265, Apr. 2020, doi: 10.30534/ijatse/2020/3891.22020.
- [13] M. Yusup, P. Padeli, and I. Ilamsyah, “General Journal Recording System Analysis In Companies using Online Accounting Software,” *Aptisi Trans. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 50–55, 2017.
- [14] U. Rahardja, N. Lutfiani, and S. Amelia, “Creative Content Marketing In Scientific Publication Management In Industrial Era 4.0,” *Aptisi Trans. Manag.*, vol. 3, no. 2, pp. 168–178, 2019.
- [15] Sudaryono, U. Rahardja, and E. P. Harahap, “Implementation of Information Planning and Strategies Industrial Technology 4.0 to Improve Business Intelligence Performance on Official Site APTISI,” *J. Phys. Conf. Ser.*,

- vol. 1179, no. 1, pp. 0–7, 2019, doi: 10.1088/1742-6596/1179/1/012111.
- [16] A. Latupeirissa, E. Sedyono, and A. Iriani, “Pemanfaatan Social Network Analysis Untuk Menganalisis Kolaborasi Komunikasi Pada Balai Perikanan Budidaya Laut Ambon,” *J. Sist. Inf. Bisnis*, vol. 9, no. 2, p. 121, 2019, doi: 10.21456/vol9iss2pp121-132.
- [17] N. E. Khomariah, “IMPLEMENTASI PEMASARAN IKAN HIAS ‘ SUB BETTA BROTHERS ’ MELALUI SOCIAL MEDIA DAN DIGITAL MARKETING,” vol. 2, no. 1, pp. 196–201, 2021, doi: 10.31949/jb.v2i1.674.
- [18] R. E. Rachmandani, “Pembuatan Website Kampung Ikan Hias Kadisoro Menuju Desa Agroeduwisata,” pp. 578–584, 2020, doi: 10.18196/ppm.33.333.
- [19] I. Mudana, “Kolaborasi Masyarakat Sipil, Politik Dan Ekonomi Dalam Pemanfaatan Modal Sosial (Kasus Pelestarian Lingkungan Pesisir Pada Masyarakat Bali Aga- Desa Les Bali Utara),” *Bumi Lestari*, vol. 13, no. 2, pp. 422–429, 2014.
- [20] O. Marketing, D. Training, O. Koi, and F. In, “Pelatihan Pengembangan Pemasaran Secara Daring Pada Budidaya Ikan Koi Blitar,” vol. 1, no. 02, pp. 97–104, 2020.