

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM BUDIDAYA LELE
DENGAN SISTEM SAUNA DI DUSUN DALANGAN
SENDANGSARI MINGGIR SLEMAN**

Kuswanto¹, Khoiri Najib², Muhammad Isnaini Fathoni³, Ary Subiyantoro⁴, Subandi⁵
^{1,2,3,4,5}Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta
kuswanto@amayogyakarta.ac.id

ABSTRACT

Consumption fish cultivation is an effort to provide fish to meet the needs of protein sources. The need for food sources of protein from fish is increasing day by day, along with increasing public awareness about the importance of the nutritional content of fish. This is an opportunity for the development of consumption fish farming, one of which is catfish. With cultivation, the breeders also indirectly create new jobs for the residents around this community service activity which is followed by community members. This activity involved a team of AMA Yogyakarta lecturers in an effort to collaborate with the community in order to develop their business. There are 4 implementation methods in abdimas, namely 1. Preparation Stage (At this stage, all equipment that supports the abdimas program is prepared as well as possible. Materials or tools used include tarpaulins, temperature gauges and catfish. 2. Socialization Stage At this stage, what is done is introduction and socialization of the Abdimas Program in Karang Independent Tekad Taruna Unit 5 Sendangsari, Dalangan Hamlet, Sendangsari, Minggir District, Sleman, DIY. 3. Interactive Dialogue At this stage, the presenters provide various aspects of knowledge about digital marketing in catfish cultivation with a sauna system for business actors. 4. Brainstorming At this stage In this case, the speaker gave directions for business actors in catfish cultivation with a sauna system and there was feedback from business actors. Based on the data from the results of service in the field by holding this service, the community has the ability to develop the business they already have with the direction of several presenters.

Keywords: Digital Marketing, Catfish Cultivation, Sauna System

ABSTRAK

Budidaya ikan konsumsi merupakan suatu upaya untuk menyediakan ikan dalam memenuhi kebutuhan sumber protein. Kebutuhan pangan sumber protein dari ikan semakin hari mengalami peningkatan, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya kandungan gizi ikan. Hal ini merupakan peluang bagi pengembangan budidaya ikan konsumsi salah satunya adalah lele. Dengan adanya budidaya, para peternak juga secara tidak langsung menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi para penduduk sekitar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh warga masyarakat. Kegiatan ini melibatkan tim dosen AMA Yogyakarta dalam upaya menjalin kerjasama dengan pihak masyarakat dalam rangka mengembangkan usahanya. Metode pelaksanaan dalam abdimas ada 4 yaitu 1. Tahap Persiapan (pada tahap ini, semua perlengkapan yang menunjang program abdimas dipersiapkan sebaik mungkin. Bahan atau alat yang digunakan meliputi terpal, alat pengukur suhu dan lele. 2. Tahap Sosialisasi, pada tahap ini, yang dilakukan adalah perkenalan dan melakukan sosialisasi Program Abdimas di Karang Taruna Tekad

Mandiri Unit 5 Sendangsari, Dusun Dalangan, Sendangsari, Kecamatan Minggir, Sleman, DIY. 3. Dialog Interaktif, pada tahap ini, pemateri memberikan berbagai aspek pengetahuan tentang digital marketing/pemasaran digital dalam budidaya lele dengan sistem sauna terhadap pelaku usaha. 4. *Brainstorming*, pada tahap ini, pemateri memberi arahan bagi para pelaku usaha budidaya lele dengan sistem sauna dan adanya umpan balik dari para pelaku usaha. Berdasarkan data hasil pengabdian di lapangan dengan diadakan pengabdian ini masyarakat mempunyai kemampuan untuk melakukan pengembangan usaha yang telah dimilikinya dengan pengarahan dari beberapa pemateri.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Budidaya lele, Sistem Sauna

I. Pendahuluan

Budidaya ikan konsumsi merupakan suatu upaya untuk menyediakan ikan dalam memenuhi kebutuhan sumber protein. Kebutuhan pangan sumber protein dari ikan semakin hari mengalami peningkatan, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya kandungan gizi ikan. Hal ini merupakan peluang bagi pengembangan budidaya ikan konsumsi.

Mengetahui komoditas ikan yang akan dibudayakan adalah hal penting karena setiap teknik budidaya ikan konsumsi berbeda satu sama lain, tergantung dari jenis ikannya. Walaupun jenis ikan konsumsi yang sering dibudidayakan ada beragam, berikut beberapa jenis yang umum dibudidayakan, yakni: pain, lele, gurami, nila, bawal dan mas. Jika hendak membedakan ikan-ikan tersebut maka kita bisa melihat langsung morfologi dari ikan tersebut. Karena setiap jenis ikan konsumsi memiliki ciri khas yang berbeda yang bisa membedakan mereka dengan jenis ikan lainnya.

Ikan konsumsi adalah ikan yang lazim dikonsumsi sebagai makanan sehari-hari oleh manusia. Berbagai cara telah ditempuh untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengonsumsi ikan, seperti pengembangan budidaya ikan secara intensif.

Lele adalah suatu keluarga ikan yang hidup di air tawar. Lele mudah dikenali karena tubuhnya yang licin, agak pipih memanjang, serta memiliki "kumis" yang panjang, yang mencuat dari sekitar bagian mulutnya.

Ikan-ikan keluarga *Clariidae* dikenali dari tubuhnya yang licin memanjang tak bersisik, dengan sirip punggung dan sirip anus yang juga panjang, yang kadang-kadang menyatu dengan sirip ekor. Lele memiliki tubuh yang lonjong seperti torpedo atau sangat panjang seperti sidat pendek. (Nelson, 2006).

Digital atau iklan online telah mengalami pertumbuhan yang fenomenal sejak didirikan pada tahun 1994 (Robinson et al., 2007) Internet telah menjadi media periklanan yang paling cepat berkembang dalam dekade ini (Ha, 2008).

Saluran seperti jejaring sosial atau kata lain sosial media dan blog telah memungkinkan pedagang untuk mengakses audiens yang besar dengan siapa mereka dapat berbagi pendapat dan ulasan produk mereka. *Digital Marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang umumnya digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi. Melalui sosial media, pembeli dapat memperoleh informasi kapan saja dan dimana pun mereka butuhkan. Dengan jumlah pengguna sosial media yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggamannya *smartphone*.

Berkaca dari kondisi ini, selalu ada potensi dan tantangan di depan mata. Dimana potensi pertumbuhan digital marketing memang sangat tinggi. Namun di sisi lain, makin tinggi pula kompetisi atau persaingan *digital marketing* menjadikan *audiences* semakin jenuh dengan iklan yang “itu-itulah saja”. Solusinya adalah konten dan strategi kreatiflah yang akan membedakan kesuksesan dari aktivitas *digital marketing* di Indonesia. Berkaitan dengan peran pentingnya *Digital Marketing* terhadap peningkatan penjualan ikan lele dengan sistem sauna melalui sosial media, maka hal ini perlu diperhatikan dan disosialisasikan di Wilayah Kecamatan Minggir.

II. Metode Pelaksanaan

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, semua perlengkapan yang menunjang program abdimas dipersiapkan sebaik mungkin.

Bahan atau alat yang digunakan meliputi terpal, alat pengukur suhu dan lele.

2. Tahap Sosialisasi

Pada tahap ini, yang dilakukan adalah pengenalan dan melakukan sosialisasi Program Abdimas di Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari, Dusun Dalangan, Sendangsari, Kecamatan Minggir, Sleman, DIY.

- a. Dialog Interaktif
Pada tahap ini, pemateri memberikan berbagai aspek pengetahuan tentang digital marketing dalam budidaya lele dengan sistem sauna terhadap pelaku usaha.
 - b. *Brainstorming*
Pada tahap ini, pemateri memberi arahan bagi para pelaku usaha budidaya lele dengan sistem sauna dan adanya umpan balik dari para pelaku usaha.
3. Tahap Akhir / Penutup
Pada tahap akhir akan diadakan penutupan acara dan akan diberikan cinderamata kepada ketua Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari. Selanjutnya acara ramah tamah dengan agenda buka puasa bersama dan evaluasi kegiatan abdimas.
 4. Lokasi dan sasaran
Lokasi bertempat di Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari, Dusun Dalangan, Sendangsari, Kecamatan Minggir, Sleman.
Sasaran dari kegiatan abdimas ini adalah anggota Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari, Dusun Dalangan, dan masyarakat di sekitarnya.
 5. Waktu Pelaksanaan Abdimas
Abdimas dilaksanakan pada hari Sabtu, 23 April 2022 Jam 16.00 WIB.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

No	Nama Kegiatan	Waktu
1	Survei kondisi lapangan	6-7 April 2022
2	Persiapan Materi	10-14 April 2022
3	Tahap Pelaksanaan	23 April 2022
4	Pebuatan Laporan Abdimas	29 April – 12 Mei 2022

III. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan di Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Dusun Dalangan Sendangsari Minggir Sleman DIY, kegiatan ini melibatkan para pembudidaya lele yang telah dikoordinir untuk bisa mengikuti kegiatan abdimas yang dilaksanakan di seputaran lokasi budidaya lele dengan sistem sauna.

a. Tahap Perkenalan

Pada tahap ini, yang dilakukan panitia adalah perkenalan dengan para pembudidaya lele di Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari, Dusun Dalangan, Sendangsari, Kecamatan Minggir, Sleman, DIY.

b. Tahap Sosialisasi

1. Dialog Interaktif

Pada tahap ini, pemateri memberikan berbagai aspek pengetahuan tentang digital marketing dalam budidaya lele dengan sistem sauna terhadap pelaku usaha. Dalam pemaparannya narasumber menjelaskan terkait *digital marketing*, dimana *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa *web, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan *digital tv* guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. *Digital marketing* diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan lele dengan sistem sauna yang mana sudah sekitar 2 tahun mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi *Covid-19*.

2. *Brainstorming*

Pada tahap ini, pemateri memberi arahan dan penjelasan bagi para pelaku usaha budidaya lele dengan sistem sauna dan adanya umpan balik dari para pelaku usaha.

Adapun dari narasumber menjelaskan berkaitan dengan lele, dimana lele merupakan suatu keluarga ikan yang hidup di air tawar. Lele mudah dikenali karena tubuhnya yang licin, agak pipih memanjang, serta memiliki "kumis" yang panjang, yang mencuat dari sekitar bagian mulutnya.

Prinsip dasar dari sistem sauna ini adalah mengubah senyawa organik dan anorganik yang di dalamnya berisi senyawa karbon (C), Oksigen (O), Hidrogen (H), Nitrogen (N) menjadi massa *sludge* berbentuk bioflok dengan cara memanfaatkan bakteri pembentuk gumpalan atau yang ada di media hidupnya yang mengubah biopolymer.

Dalam penerapannya dalam budidaya perairan dalam hal ini budidaya lele, teknologi bioflok memanfaatkan nitrogen anorganik menjadi nitrogen

organik yang tidak beracun. nitrogen yang sudah diubah ini bisa digunakan untuk pakan lele, sehingga lebih hemat biaya.

Berkaitan dengan sistem sauna secara prinsip menempatkan kolam lele di tempat tertutup (*indoor*) dengan menggunakan plastik *UV*. Untuk menjaga agar suhu air nya stabil, maka pembudidaya melengkapi kolamnya dengan thermometer. Ini penting agar suhu air tetap stabil apalagi di tengah musim penghujan atau cuaca yang *anomaly* ini. Tujuan akhirnya adalah tetap menjaga kelangsungan hidup lele itu sendiri dari ancaman kematian akibat cuaca yang sering tidak menentu.

Jika dibandingkan dengan budidaya ikan jenis lain, budidaya lele memang memiliki berbagai keuntungan serta kemudahan. Budidaya ikan lele pun dapat dilakukan hampir oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk untuk pemula sekalipun.

a. Pasar yang luas

Ikan lele yang merupakan salah satu jenis ikan air tawar memang memiliki banyak peminat. Di pasaran sendiri, permintaan akan ikan lele juga lebih laris jika dibandingkan dengan ikan tawar lainnya seperti ikan nila dan ikan mas. Rasanya hampir di seluruh pelosok Indonesia, kita bisa menemukan berbagai sajian pecel lele mulai dari warung di pinggir jalan hingga ke restoran-restoran besar.

b. Bibit mudah dicari

Faktor inilah yang menjadi salah satu penentu orang yang akan menjalankan bisnis budidaya ikan. Untuk bibit ikan lele sendiri memang cukup mudah ditemukan dan banyak produsen yang menjual bibit berkualitas di pasaran. Dengan harga yang tak terlalu mahal dan cenderung terjangkau, Peternak berpeluang untuk bisa mendapatkan hasil yang maksimal dengan nilai jual yang lebih tinggi nantinya.

c. Perawatan yang tergolong mudah

Salah satu hal yang menarik dari ikan lele adalah mereka dapat hidup di mana saja. Mulai dari kolam yang keruh dan terbuat dari terpal, semen, hingga kolam tanah sekalipun. Hal tersebut tentu saja memudahkan dalam sisi perawatan. Peternak hanya perlu memastikan pasokan makanan yang rutin agar lele dapat terus bertahan hidup hingga masa panen.

d. Daya tahan yang kuat

Untuk seluruh bisnis, potensi kegagalan atau kerugian memang menjadi salah satu faktor yang pastinya sangat diperhitungkan. Karena ikan lele memiliki daya tahan tubuh yang kuat terhadap ancaman berbagai penyakit. Tubuh dari ikan lele sendiri dilindungi oleh lendir. Hal tersebut membuat kita jarang melihat ikan lele mati secara tiba-tiba di kolam karena serangan penyakit atau hama. Dengan risiko kematian lele yang rendah membuat usaha budidaya ikan lele mengalami potensi kerugian yang minim.

e. Masa panen cepat

Ikan lele juga terkenal sebagai salah satu komoditas yang memiliki masa atau periode panen yang cepat. Cukup dengan waktu tiga bulan saja, Peternak sudah bisa memanen ikan lele berukuran besar untuk dapat dijual. Dengan cepatnya masa panen, tentu saja akan lebih menguntungkan bagi bisnis Peternak karena perputaran uang juga akan lebih cepat.

Pada tahap selanjutnya, pemateri menjelaskan terkait dengan *digital marketing*. Pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa *web, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan *digital tv* guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. *Digital marketing* memanfaatkan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi *marketing* tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh *marketing* tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “*interactive marketing*”, *one-to-one marketing* dan “*e-marketing*” erat kaitannya dengan “*digital marketing*”.

Kegiatan marketing termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog, website, e-mail, adwords*, ataupun jejaring sosial. Dari kegiatan *digital marketing* ini diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan lele dengan sistem sauna yang ada di Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari Minggir.

c. Tahap Akhir / Penutup

Pada tahap akhir, panitia pengabdian masyarakat mengadakan penutupan acara dan memberikan cinderamata berupa makanan lele (pelet) kepada ketua Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari. Selanjutnya diadakan acara ramah tamah dengan kegiatan buka puasa Bersama dan evaluasi kegiatan abdimas



Gambar 1. Pemberian cinderamata kepada Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari Minggu

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari diharapkan dapat :

1. Meningkatkan pengembangan ekonomi sekaligus mensejahterahkan masyarakat sekitar.
2. Meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya manfaat teknologi yang diterapkan dalam bidang pemasaran. Mendekatkan produk dengan pasar (*market*), sekaligus memperluas keterjangkauan pemasaran melalui penerapan *digital marketing*.
3. Memberi dampak positif bagi masyarakat, dampak positif tersebut bisa berupa semakin terbukanya wawasan masyarakat terhadap pentingnya penerapan teknologi yang diterapkan dalam bidang pemasaran.



Gambar 2. Foto Bersama Ketua Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Sendangsari dan Ketua LPPM AMA Yogyakarta

IV. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan di Karang Taruna Tekad Mandiri Unit 5 Dusun Dalangan Sendangsari Minggu Sleman DIY, dapat disimpulkan bahwa kegiatan abdimas ini mendapatkan respon yang sangat bagus dari masyarakat dan diharapkan mampu :

1. Menambah wawasan terkait *digital marketing* yang merupakan kegiatan pemasaran menggunakan media digital berupa internet yang memanfaatkan media *web, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan *digital tv* guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran.
2. Menambah pengetahuan dan keterampilan terkait pengelolaan lele dengan sistem sauna yang mana secara prinsip menempatkan kolam lele di tempat tertutup (*indoor*) dengan menggunakan plastik *UV*. Untuk menjaga agar suhu air nya stabil, maka pembudidaya melengkapi kolamnya dengan thermometer. Tujuan akhirnya adalah menjaga agar suhu air tetap stabil dan menjaga kelangsungan hidup lele itu sendiri dari ancaman kematian akibat cuaca yang sering tidak menentu.

3. Meningkatkan pengembangan ekonomi sekaligus mensejahterahkan masyarakat sekitar.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat / pelaku usaha terhadap pentingnya manfaat teknologi yang diterapkan dalam bidang pemasaran.
5. Memberi dampak positif bagi masyarakat, dengan semakin terbukanya wawasan masyarakat terhadap pentingnya penerapan teknologi yang diterapkan dalam bidang pemasaran.

Berdasarkan hasil kegiatan abdimas ini, budidaya lele dengan sistem sauna sangat bagus untuk prospek kedepannya, sehingga diharapkan para peternak lele lebih giat lagi untuk mengelola dan memasarkan budidaya lele baik secara *offline* maupun *online (digital)*.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Direktur Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta (AMAYO) yang telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat (ABDIMAS).
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat AMA Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan Pengabdian masyarakat di Dusun Dalangan, Sendangsari, Kecamatan Minggir, Sleman
3. Warga masyarakat Dusun Dalangan, Sendangsari, Kecamatan Minggir, Sleman yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan kepada kami tim dosen AMA Yogyakarta untuk melaksanakan pengabdian masyarakat.
4. Warga masyarakat Dusun Dalangan, Sendangsari, Kecamatan Minggir, Sleman yang telah ikut berpartisipasi dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Clarias insolitus*, a new species of clariid catfish (Teleostei: Siluriformes) from southern Borneo (PDF). *Zootaxa*. **284**: 1–8.
- INFOMINA. 5 Fakta Unik Ikan Lele yang Perlu Peternak Ketahui. *Minapoli* (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 2022-01-15.
- Nelson, Joseph S. (2006). *Fishes of the World*. John Wiley & Sons, Inc. ISBN 0-471-25031-7.
- Sudarto (2004). *Description of a New Clariid Catfish, Clarias pseudonieuhofii from West Borneo (Siluriformes: Clariidae) (PDF)*. *Zoological Studies*. **43** (1): 8–19.,
- Widiyani, Rosmha. *Bukan karena Jorok, Ini Alasan Sesungguhnya Lele Hidup di Air Keruh*. *detikHealth*. Diakses tanggal 2022-01-15.
- www.fishing-worldrecords.com. *Fishing Worldrecords catfishes over 50 kg / Dinotopterus cunningtoni*. Diakses tanggal 2022-01-15.