

**PEMANFAATAN MASTER KOI BOT DALAM PEMASARAN IKAN KOI
DENGAN METODE LELANG *ONLINE***

**Romy Faisal Mustofa¹, Randy Fadillah Gustaman², Nisa Khoerunisa³,
Lilis Rosita⁴, dan Setio Galih Marlyno⁵**

¹Pendidikan Biologi, Universitas Siliwangi
email: syahla.aini@unsil.ac.id

²Ilmu Politik, Universitas Siliwangi
email: randy.fadillah@unsil.ac.id

³Ilmu Politik, Universitas Siliwangi
email: nisa.khoerunisa@unsil.ac.id

⁴Ilmu Politik, Universitas Siliwangi
email: lilisrosita@iwu.ac.id

⁵Pendidikan Geografi, Universitas Siliwangi
email: setiogeo@unsil.ac.id

Abstract

Marketing Koi fish has become a rapidly growing trend among hobbyists. One effective method in increasing the selling value of Koi fish is through auctions. This article discusses the use of Master Koi Bot, a digital platform that connects Koi fish sellers and buyers, in facilitating the auction process. This approach not only allows sellers to reach a wider audience, but also provides a transparent and secure experience for buyers. By using this technology, marketing koi fish through the auction method can be more efficient and profitable for all parties involved. The main object of this community service focuses on marketing through online auctions through Master Koi Bot ornamental fish products at Bagja Buana and Karyamas business institutions so that they can be utilized by the community in increasing marketing effectiveness. By marketing through online auctions in the Master Koi Bot application, it is hoped that it will save more costs and open up the market widely by utilizing the rapid development of information technology and communication today. There are many platforms that can be used as marketing opportunities such as utilizing social media, websites, YouTube, e-marketplace applications and so on. The main problems of ornamental fish farmer groups in Kondangjajar Village, Cijulang District, Pangandaran Regency are a) Effectiveness of Master Koi Bot Utilization in Koi Fish Marketing through Auction Method; b) Buyer Perception and Enthusiasm towards the Utilization of Master Koi Bot in Auction Method; c) Influence of Quality and Quantity of Koi Fish Offered on Auction Results with the Use of Master Koi Bot.

Keywords: *koi fish, master koi bot, online auction, koi auction, koi marketing.*

PENDAHULUAN

Ikan Koi merupakan salah satu dari bagian komoditas perikanan yang bernilai ekonomis tinggi. Prospek bisnis ikan Koi di Indonesia cukup cerah. Potensi perairan Indonesia mencakup 70% total wilayah (3,1 juta km²) memiliki potensi untuk pengembangan usaha disektor perikanan. Pasar ekspor utama tersebar di Asia dan Uni Eropa (Maulia, M. 2019). Dalam usaha ikan, terdapat dua jenis komoditi ikan hias laut dan tawar. Salah satu jenis

ikan hias yang di gemari pada saat ini adalah ikan Koi. Ikan yang berasal dari *family cyprinidae* ini memiliki corak dan warna yang sangat menarik dan memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan stabil. Ikan ini umumnya dimiliki oleh kalangan hobiis dikarenakan harganya yang cukup tinggi dan juga memerlukan perawatan khusus.

Pasar pada bisnis modern merupakan faktor penting yang harus diperhatikan sebelum proses dilakukan karena pasar

merupakan tujuan akhir dari proses produksi. Pengertian manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang (Assauri, 2013).

Tingginya potensi permintaan terhadap ikan Koi juga perlu dibarengi dengan sistem pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran adalah proses yang mengarahkan sebuah bisnis ke arah peluang pasar yang luas untuk mencapai peningkatan penjualan dan keuntungan yang diinginkan. Strategi pemasaran yang efektif juga dapat mengantarkan Anda pada kesuksesan dalam persaingan dengan penjual lain. Manfaat lain dari pentingnya strategi pemasaran ini adalah kemampuannya untuk menjembatani kesenjangan antara penjual dan pembeli, sehingga menumbuhkan komunikasi di antara mereka. Hubungan yang erat ini juga dapat berdampak pada loyalitas pembeli (Daft, 2010).

Di era modern ini, teknologi berkembang pesat. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah robot. Robot tidak lagi hanya menjadi benda futuristik yang terlihat di film-film fiksi ilmiah, namun kini sudah mulai diaplikasikan di berbagai bidang, termasuk di dunia perdagangan. Salah satu contohnya adalah pelelangan ikan Koi dengan menggunakan robot.

Ikan Koi merupakan jenis ikan hias yang berasal dari Jepang, yang dikenal dengan warna dan coraknya yang beragam. Ikan ini sering dianggap sebagai simbol keberuntungan dan keindahan, sehingga banyak diburu oleh para penggemar ikan hias. Di Jepang, lelang ikan Koi merupakan acara yang sangat populer dan menarik perhatian para kolektor. Menurut Usman (2015), istilah

lelang berasal bahasa belanda yaitu *vendu*, sedangkan dalam bahasa Inggris, disebut dengan istilah *auction* yang berarti lelang atau penjualan dimuka umum. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian lelang dijelaskan, bahwa lelang adalah penjualan dihadapan orang banyak (dengan tawaran yang atas-mengatasi) dipimpin oleh pejabat lelang. Namun, lelang ikan Koi konvensional sering kali menimbulkan kerumunan dan kebingungan, terutama ketika jumlah ikan yang dilelang sangat banyak. Selain itu, proses lelang sering kali menghabiskan banyak waktu dan tenaga, baik bagi pembeli maupun penjual. Oleh karena itu, penggunaan robot pada pelelangan ikan Koi dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi masalah tersebut. Robot lelang dirancang untuk mengefisienkan proses lelang secara efisien dan efektif.

Dari pernyataan-pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan robot lelang ikan Koi merupakan solusi yang efektif untuk mengatasi permasalahan dalam proses lelang ikan koi secara konvensional. Robot lelang dapat membantu mempercepat dan mempermudah proses pelelangan sehingga lebih efisien dan efektif. Dengan teknologi yang semakin maju, penggunaan robot lelang ikan Koi dapat menjadi alternatif yang sangat menjanjikan. Koi Bot Master dalam pemasaran ikan Koi dapat dimanfaatkan melalui metode lelang *online*. Memasarkan ikan Koi melalui lelang *online* merupakan strategi yang umum dilakukan oleh para penjual ikan Koi. Metode lelang dapat memudahkan transaksi antara penjual dan pembeli, serta memungkinkan pembeli untuk membandingkan harga dan kualitas ikan Koi dari berbagai penjual.

Untuk memanfaatkan Koi Bot Master dalam pemasaran ikan Koi melalui metode lelang *online*, Anda bisa membuat *platform online* yang berfungsi sebagai wadah bagi penjual dan pembeli untuk berinteraksi. Menurut Anggriawan dan

Hasugian (2017) platform merupakan perpaduan kerja antara perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Platform ini bisa memuat informasi mengenai kualitas, harga, dan jenis ikan Koi yang tersedia, serta jadwal dan lokasi lelang.

IDENTIFIKASI MASALAH

Permasalahan utama kelompok pembudidaya ikan Koi di Desa Kondangjajar Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran ini adalah 1) Belum diterapkannya manajemen bisnis yang baik, jika dilihat dari tata kelola usaha yang masih bersifat konvensional; 2) Teknik pemasaran masih tergolong sederhana; dan 3) Kurangnya pengetahuan tentang regulasi dalam bisnis ikan Koi dengan sistem lelang *online*. Bahwa standar, regulasi teknis, dan penilaian kesesuaian juga berperan penting dalam peningkatan daya saing serta nilai tambah pada pelaksanaan strategi tersebut. Industri mikro, kecil, dan menengah.

METODE PELAKSANAAN

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pemanfaatan Master Koi Bot dalam Pemasaran Ikan Koi dengan Metode Lelang” dilakukan observasi awal untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada mitra, yaitu masalah efektivitas pemanfaatan Master Koi Bot dalam pemasaran ikan Koi melalui metode lelang, sehingga dapat meningkatkan pendapatan para kelompok masyarakat pembudidaya.

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan kordinasi dengan kelompok Budidaya Karyamas dan juga kelompok Budidaya Bagja Buana untuk melaksanakan program sesuai dengan harapan para mitra dan sesuai dengan permasalahan yang terjadi agar dibantu penyelesaian permasalahan yang

dihadapinya tersebut. Dalam upaya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pendampingan dan pengembangan pemasaran secara *online* dilaksanakan dengan tahap sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Menurut Suyanto (2020), sosialisasi adalah satu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai sebuah proses di mana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak, di mana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Sosialisasi program dilakukan setelah tahap persiapan selesai, yaitu melakukan pertemuan dengan kelompok pembudidaya ikan Koi yang akan mengikuti kegiatan pendampingan dan pengembangan pemasaran online ikan Koi.

2. Penyampaian materi

Peserta diberikan materi seputar Pemanfaatan Master Koi Bot dalam Pemasaran Ikan Koi dengan Metode Lelang secara online untuk meningkatkan pangsa pasar dan penghasilan para masyarakat pembudidaya ikan hias

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui pemahaman para kelompok pembudidaya baik dari Karyamas ataupun Bagja Buana dalam memanfaatkan teknologi pada proses pelelangan ikan Koi melalui Master Koi Bot secara online sehingga dapat memudahkan pekerjaan dan meningkatkan pangsa pasar serta penghasilan anggota kelompok pembudidaya.

4. Penyusunan Laporan

Penyusunan laporan merupakan tahap akhir pelaksanaan program yaitu dengan menyusun dan membuat laporan hasil kegiatan secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Master Koi Bot dioperasikan dengan baik oleh kelompok pembudidaya ikan Koi dari Desa Kondangjajar, Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran. *Platform* ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah informasi dan foto ikan Koi mereka serta berpartisipasi dalam lelang secara *online*. Proses lelang yang sebelumnya konvensional dengan kerumunan dan kebingungan kini telah dipermudah dengan adanya *platform* ini. Penjual dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis, dan pembeli dapat melakukan penawaran dari lokasi yang jauh, meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas.

Sosialisasi dan pelatihan meliputi instruksi mengenai pendaftaran, pengunggahan informasi ikan Koi, serta proses lelang dan penawaran. Evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa puas dengan pelatihan yang diberikan. Mereka merasa lebih percaya diri dalam menggunakan *platform* dan melaporkan bahwa proses lelang menjadi lebih terorganisir dan efisien dibandingkan metode konvensional.

Evaluasi menunjukkan bahwa pengguna memahami cara menggunakan Master Koi Bot dengan baik. Mereka menganggap *platform* ini mempermudah proses lelang dan mengurangi beban administratif. *Feedback* dari peserta juga mencerminkan kepercayaan diri yang meningkat dalam menggunakan teknologi dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

Master Koi Bot terbukti meningkatkan efektivitas pemasaran ikan Koi. *Platform* ini mengurangi waktu dan biaya operasional yang biasanya terkait dengan lelang konvensional. Jangkauan pasar yang lebih luas memungkinkan penjual untuk menjual ikan Koi mereka kepada audiens yang lebih besar, sementara pembeli mendapatkan akses yang lebih mudah ke berbagai pilihan ikan Koi.

Pembeli menunjukkan pandangan positif terhadap Master Koi Bot. Kemudahan akses dan transparansi proses lelang meningkatkan kepercayaan mereka terhadap transaksi *online*. Pembeli merasa bahwa *platform* ini memberikan pengalaman yang lebih nyaman dan aman dibandingkan dengan lelang fisik.

Kualitas dan kuantitas ikan Koi berpengaruh signifikan terhadap hasil lelang. Ikan Koi dengan kualitas tinggi dan deskripsi yang lengkap mendapatkan penawaran yang lebih tinggi. Deskripsi yang jelas dan foto berkualitas meningkatkan daya tarik produk, sementara ikan Koi dengan deskripsi kurang lengkap atau foto buruk cenderung mendapatkan penawaran yang lebih rendah.

Secara ekonomi, Master Koi Bot memberikan manfaat signifikan dengan mengurangi biaya operasional dan meningkatkan pendapatan penjual. Dampak sosialnya positif, dengan peningkatan pengetahuan teknologi di kalangan pembudidaya dan kontribusi terhadap ekonomi lokal melalui aktivitas perdagangan ikan Koi yang lebih intensif.

SIMPULAN

Implementasi Master Koi Bot sebagai *platform* lelang *online* untuk ikan Koi menunjukkan hasil yang sangat positif. Platform ini telah meningkatkan efisiensi dan mengurangi beban administratif dalam proses lelang, memungkinkan penjual menjangkau *audiens* yang lebih luas dan pembeli untuk berpartisipasi dari lokasi yang berbeda. Sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman pengguna tentang cara memanfaatkan *platform*, dengan mayoritas pengguna melaporkan kepuasan terhadap proses lelang yang lebih terorganisir dan efisien dibandingkan metode konvensional. Kualitas dan kuantitas ikan Koi yang ditawarkan berpengaruh signifikan terhadap hasil lelang, di mana ikan Koi

dengan kualitas tinggi dan deskripsi yang jelas mendapatkan penawaran yang lebih tinggi. Secara ekonomi, Master Koi Bot memberikan dampak positif dengan mengurangi biaya operasional dan meningkatkan pendapatan penjual, serta berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan teknologi di kalangan pembudidaya dan ekonomi lokal.

Untuk meningkatkan efektivitas Master Koi Bot dan penerapan teknologi serupa di masa depan, disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur tambahan pada *platform*, seperti sistem penilaian dan ulasan, untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Pelatihan berkelanjutan bagi pembudidaya ikan Koi mengenai penggunaan *platform* dan strategi pemasaran digital juga akan sangat bermanfaat. Penjual harus didorong untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan foto berkualitas tinggi tentang ikan Koi mereka untuk meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, memperluas jangkauan pasar dengan promosi yang lebih agresif dan kemitraan dengan platform *e-commerce* global dapat memaksimalkan potensi pasar. Secara rutin mengumpulkan *feedback* dan melakukan evaluasi terhadap sistem akan membantu dalam mengidentifikasi area perbaikan dan memastikan *platform* terus memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan menerapkan saran-saran ini, Master Koi Bot diharapkan dapat lebih meningkatkan efektivitasnya dalam pemasaran ikan Koi melalui metode lelang *online* dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pengembangan sektor perikanan hias di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Assaurin, S. (2013). Pemasaran dan Pengelolaan Hasil Perikanan. Jakarta. *Rajawali Press Daft.* (2010). *Era baru Manajemen.* Jakarta: Salemba Empat.
- Dwinta, Irma. (2021). Problematika Guru Dalam Pembelajaran Tematik Terpadu Secara Daring Di Kelas III Sekolah Dasar Negeri 31/IV Kota Jambi. Jambi. *Jurnal Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi.*
- Hasugian, Firman & Anggriawan, Leonardi Paris. (2017). PLATFORM BUILDME : Mempertemukan Stakeholder Bangunan Dengan Konsumen BUILDME PLATFORM. Meeting *The Building Stakeholders With The Consumers.* Hal.28–36.
- Indarwati, Desi, Wahyudi & Novisita Ratu. (2014). Peningkatan Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Melalui Penerapan *Problem Based Learning* Untuk Siswa Kelas V SD. *Jurnal Penelitian Pengembangan Kependidikan*, 30(1), 17-27.
- Maulia, M. (2019). Analisis Pemasaran Ikan Hias Koi (*Cyprinus Carpio*) (Studi Kasus: Desa Karang Anyar Beringin). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*
- Mawaddah, Siti, Anisah, Hana. (2015). Kemampuan Pemecahan Masalah Model Pembelajaran Generatif (*Generatif Learning*) di SMP. FKIP Universitas Lambung Mangkurat. Volume 3(1).
- Muzayyin, Arifin. (2017). *Filsafat Pendidikan Islam.* Jakarta: Aksara.
- Suyanto, Joko. (2020). *Gender dan Sosialisasi.* Jakarta: Nobel Edumedia
- Usman, Rachmadi. (2022). *Hukum Lelang.* Bogor: Sinar Grafika.