

PEMBUATAN PAKAN LELE DI USAHA KECIL MENENGAH BUDIDAYA IKAN LELE DI DESA MARGA AGUNG KECAMATAN JATI AGUNG KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Kadek Hendra dan M. Ariza Eka Yusendra

¹Fakultas Ilmu Ekonomi, Informatics & Business Institute Darmajaya
Jl. 2.A. Pagar Alam No. 93, Bandar Lampung - Indonesia 35142
Telp. (0721) 787214 Fax. (0721) 700261
e-mail : arizaeka@yahoo.com

ABSTRACT

Marga Agung Village, which located at Jatiagung district, South Lampung has many developed SMEs (Small and Medium Enterprises) such as oyster mushroom, crickets, and catfish SMEs. Yet amidst those potential, Marga Agung Village has not fully optimize the knowledge or innovation in order to develop their SMEs. Like instance, the growing demand of catfish from culinary industry, supposed to be provide benefits to catfish SMEs, but the fact still does not meet expectations, because many Catfish Entrepreneurs suffer a great loss to operate the business. Community service activities that we do focused on company owned by Mr. Sugeng that engaged in breeding catfish. After some Survey and interview in catfish breeding company belonged to Mr. Sugeng, we find substantial problems, that is: catfish food bought from the market are too expensive, and because of that affected to the low income of catfish breeding company owned by Mr. Sugeng. The Solution that we have made, to solve the problems is to create artificial food as a cheap alternative and healthy feed for catfish, with Counselling methods and demonstrations.

Keywords— Catfish SMEs, Catfish Breeding, Catfish Foods

ABSTRAK

Desa Marga Agung, yang berada di Kecamatan Jatiagung, Lampung Selatan. Desa Marga Agung memiliki banyak UKM (Usaha Kecil Menengah) seperti usaha budidaya jamur tiram, budidaya jangkrik, dan budidaya lele. Namun ditengah melimpahnya potensi bisnis tersebut, Desa Marga Agung belum sepenuhnya mengoptimalkan pengembangan atau inovasi pada UKM yang sudah ada. Salah satu contohnya adalah Dengan permintaan dari pasar akan ikan lele yang besar, seharusnya mampu memberikan keuntungan kepada para pengusaha ikan lele di Desa Marga Agung, namun kenyataannya masih belum sesuai harapan, karena masih banyak pengusaha lele yang merugi. Kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan difokuskan pada UKM Lele milik bapak Sugeng. Selama kami melakukan survei dan wawancara di budidaya ikan lele Bapak Sugeng, kami menemukan masalah yang substansial, yaitu:Pakan lele yang mahal sehingga membuat pendapatan atau penghasilan Bapak Sugeng dari budidaya ikan lele rendah. Solusi yang dilakukan dalam pemecahan masalah dan kendala tersebut adalah dengan membuat pakan buatan sebagai alternative pakan yang murah dan sehat untuk Lele, dengan metode penyuluhan dan demonstrasi.

Kata Kunci— UKM Lele, Budidaya Ikan Lele, Pakan Ikan Lele

I. PENDAHULUAN

UKM (Usaha Kecil Menengah) memiliki peran yang sangat besar di dalam perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, juga berperan di dalam distribusi hasil-hasil pembangunan. Kemampuan UKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mengatasi kendala yang dialami oleh UKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut, yang menyebabkan UKM menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat Indonesia adalah jumlah usaha yang berbasis kecil menengah. Salah satu contoh desa yang memiliki UKM adalah desa Marga Agung, yang berada di Kecamatan Jatiagung, Lampung Selatan. Desa Marga Agung memiliki beberapa UKM (Usaha Kecil Menengah) seperti usaha budidaya jamur tiram, budidaya jangkrik, budidaya lele, dan usaha tempe. Namun ditengah adanya potensi tersebut, Desa Marga Agung belum sepenuhnya mengoptimalkan pengembangan atau inovasi pada produk yang sudah ada. Budidaya lele sedang berkembang di Desa Marga Agung namun mereka masih

mendistribusikannya hanya di sekitaran Jati Agung, Kemiling, Natar, Bandar Lampung. Usaha lele belum banyak ditekuni oleh masyarakat Desa Marga Agung karena banyak dari mereka belum mengetahui bahwa usaha lele dengan bentuk yang inovatif sangat potensial untuk kelangsungan usaha di masa yang akan datang, produk olahan ikan lele banyak diminati oleh kalangan masyarakat umum baik itu di desa maupun di perkotaan. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau, olahan ikan lele mampu diberikan oleh semua kalangan masyarakat baik kalangan atas maupun kalangan bawah. Budidaya ikan lele milik Bapak Sugeng merupakan salah satu usaha yang terdapat di Desa Marga Agung. Dimana usaha tersebut dijadikan sebagai mata pencarian atau penghasilan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan. Selama ini budidaya ikan lele Bapak Sugeng hanya menjual hasil produksinya melalui mitra – mitra langganannya saja. Pelaku usaha tidak melakukan kegiatan promosi dan inovasi sehingga jangkauan pasarnya cenderung sempit dan kurang berkembang. Selama kami melakukan survei dan wawancara di budidaya ikan lele Bapak Sugeng, kami menemukan beberapa kendala atau masalah yang ada, antara lain :

1. Pakan lele yang mahal sehingga membuat pendapatan atau penghasilan Bapak Sugeng dari budidaya ikan lele rendah.
2. Belum adanya inovasi dan penanggulangan permintaan pasaryang tidak menentu untuk lele itu sendiri.
3. Belum adanya perhitungan secara rinci untuk biaya produksi dari inovasi yang dilakukan.
4. Belum adanya perhitungan laba yang real dari inovasi yang dilakukan.
5. Sistem pemasaran yang stagnant (biasa-biasa saja) yang mengakibatkan konsumen belum mengenal dan menjadi pelanggan UKM budidaya ikan lele Bapak Sugeng.

Berdasarkan masalah-masalah diatas, maka tim Pengabdian Masyarakat dari IBI Darmajaya tertarik untuk mengadakan pendekatan sosial dan pengembangan kewirausahaan bekerjasama bersama kelompok mahasiswa di UKM ikan lele milik Bapak Sugeng yang terdapat di desa Marga Agung kecamatan Jati Agung kabupaten Lampung Selatan dengan memberikan pengetahuan dan keahlian untuk membuat pakan lele sehingga UKM Bapak Sugeng tidak tergantung pada pakan lele yang mahal dan nantinya akan dapat disebarakan kepada UKM-UKM lele lainnya – melalui kelompok Peternak ikan lele di desa marga agung.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

2.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)

Tuti Trisnawati (2009:98), Usaha Kecil Menengah adalah sebuah bangunan usaha yang berskala kecil. Umumnya, dimiliki oleh perseorangan maupun kelompok. Bidang yang digarap oleh Usaha Kecil Menengah antara lain: toko kelontong, salon kecantikan, restoran, kerajinan, dan lain-lain.

Biasanya usaha tersebut digagas oleh satu atau dua orang pendiri. Definisi UKM itu sangat berbeda di tempat yang berlainan. Berbagai negara memiliki definisi mereka sendiri mengenai ukuran bisnis yang bisa dikategorikan sebagai usaha kecil menengah. Dengan pengkategorian tersebut, jenis bisnis skala kecil ini memiliki hak dan kewajiban khusus berkaitan dengan legalitas status perusahaan dan besaran pajak yang harus dibayarkan pada pemerintah. Definisi usaha kecil dari berbagai segi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Total Asset

Berdasarkan total asset, pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha.

2. Berdasarkan Total Penjualan Bersih Per Tahun

Berdasarkan hal ini pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih per tahun paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah).

3. Berdasarkan Status Kepemilikan

Dari segi ini, didefinisikan bahwa pengusaha kecil adalah usaha berbentuk perseorangan, bisa berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang didalamnya termasuk koperasi.

UKM adalah jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, tetapi sampai saat ini batasan mengenai usaha kecil di Indonesia masih beragam. Pengertian kecil didalam usaha kecil bersifat relatif, sehingga perlu ada batasannya, yang dapat menimbulkan definisi-definisi usaha kecil dari beberapa segi.

2.2 Manajemen

Manajemen secara global yaitu suatu metode atau proses untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara sistematis dan efektif, melalui tindakan-tindakan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) dengan

menggunakan sumber daya yang ada secara efisien.

2.3 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya untuk memperoleh SDM yang terbaik bagi bisnis yang kita jalankan dan bagaimana SDM yang terbaik tersebut dapat dipelihara dan tetap bekerja bersama kita dengan kualitas pekerjaan yang senantiasa konstan ataupun bertambah. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dibedakan antara pengertiannya secara makro dan mikro. Pengertian SDM secara makro adalah semua manusia sebagai penduduk atau warga negara suatu negara atau dalam satu batas wilayah tertentu yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang sudah maupun belum memperoleh pekerjaan (lapangan kerja). Sedangkan SDM dalam arti mikro secara sederhana adalah manusia atau orang yang bekerja organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain. Kinerja karyawan sering diartikan sebagai pencapaian tugas, dimana karyawan dalam bekerja harus sesuai dengan program kerja organisasi untuk menunjukkan tingkat kinerja organisasi dalam mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi.

Menurut (Mathis, 2008 : 113) faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu kemampuan karyawan untuk pekerjaan tersebut, tingkat usaha yang dicurahkan, dan dukungan organisasi yang diterimanya. Sehubungan dengan fungsi manajemen manapun, aktivitas manajemen sumber daya dikembangkan, dievaluasi, dan diubah apabila perlu sehingga mereka dapat memberikan kontribusi pada kinerja kompetitif organisasi dan individu di tempat kerja. Faktor-faktor yang mempengaruhi karyawan dalam bekerja, yaitu kemampuan karyawan untuk melakukan pekerjaan tersebut, tingkat usaha yang dicurahkan, dan dukungan organisasi. Kinerja karyawan pada dasarnya adalah hasil karya karyawan selama periode tertentu dengan berbagai kemungkinan, misalnya standar, target / sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Tujuan diadakannya penilaian kinerja bagi para karyawan dapat kita ketahui dibagi menjadi dua, yaitu tujuan evaluasi dan tujuan pengembangan.

Menurut (Luthans, 2008:8), motivasi merupakan proses sebagai langkah awal seseorang melakukan tindakan akibat kekurangan secara fisik dan psikis atau dengan kata lain adalah suatu dorongan

yang ditunjukkan untuk memenuhi tujuan tertentu.

2.4 Aspek Pendukung Produksi

2.4.1 Produk (*Product*)

Menurut Kotler dan Keller (2009:358), pengertian produk sebagai berikut: *"A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need. Product that are marketed included physical goods, services, experience, events, persons, places, properties, organizations, informations, and ideas"*. Artinya produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi, dan gagasan. Atribut-atribut produk meliputi jenis, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan.

2.4.2 Pengembangan Produk

Ide-ide menarik harus disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji. Ada perbedaan antara ide produk, konsep produk, dan citra produk. Yang dinamakan ide produk adalah produk yang mungkin ditawarkan perusahaan ke pasar. Konsep produk merupakan versi yang lebih rinci dari sebuah ide yang dinyatakan dalam istilah

atau wujud yang dimengerti konsumen, sedangkan citra produk adalah gambaran khusus yang diperoleh konsumen mengenai produk yang masih potensial ataupun yang sudah aktual. Menurut (Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana, 2008:417) pengembangan produk merupakan upaya teknis yang berperan mengubah suatu konsep menjadi produk nyata (*working product*). Dalam hal ini terdapat tiga kegiatan utama yang saling berkaitan :

1. Pengembangan arsitektur produk yang merupakan spesifikasi bagian-bagian, komponen, rakitan, dan teknologi serta keterkaitannya yang menghasilkan fungsi sesuai dengan apa yang diinginkan.
2. Aplikasi desain industri, yaitu proses menciptakan dan mengembangkan spesifikasi. Sedangkan pengertian pengembangan produk menurut (Djaslim Saladindan Yevis Marty Oesman, 2008:76) meliputi :
 1. Produk baru yaitu
 - a. Produk yang benar-benar inovatif dan benar-benar unik
 - b. Produk pengganti yang benar-benar berbeda dari produk yang sudah ada
 - c. Produk *imitative*, yaitu produk yang baru bagi perusahaan tertentu tapi bukan baru di dalam pasar

- d. Produk yang menggunakan bahan baku baru sama sekali
2. Pengembangan produk
 - a. Riset pemasaran
 - b. Rekayasa
 - c. Desain
3. Modifikasi produk, yaitu memperbaiki produk yang sudah ada yang meliputi *quality*, *feature*, dan *style* yang tujuannya meningkatkan penjualan. Modifikasi produk menciptakan tiga dimensi, yaitu :
 - a. Perbaikan mutu (*Quality Improvement*)
 - b. Perbaikan ciri-ciri khas (*Feature Improvement*)
 - c. Perbaikan gaya (*Style Improvement*)
4. *Merchandising*, yaitu semua aktivitas perencanaan baik dari produsen maupun pedagang perantara yang dimaksudkan untuk menyesuaikan antara produk-produk yang dihasilkan dengan permintaan pasar.

2.4.3 Tujuan Pengembangan Produk

Menurut (Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, 2008:418) tujuan pengembangan produk adalah

1. Memenuhi keinginan konsumen yang belum puas
2. Menambah omzet penjualan
3. Memenangkan persaingan

4. Mendayagunakan sumber-sumber produksi
5. Meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama
6. Mendayagunakan sisa-sisa bahan
7. Mencegah kebosanan konsumen
8. Menyederhanakan produk, pembungkus

2.4.4 Tahap-tahap Pengembangan Produk

Agar pelaksanaan pengembangan produk dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan, perlu diperhatikan tahap-tahap dalam melaksanakan pengembangan produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 382) tahap-tahap pengembangan produk terbagi menjadi delapan tahap yaitu :

1. Pemunculan Gagasan
2. Penyaringan Gagasan
3. Pengembangan Strategi Pemasaran
4. Analisis Bisnis
5. Pengembangan Produk
6. Pengujian Pasar
7. Tahap Komersialisasi

2.4.5 Harga (Price)

Menurut Kotler & Keller (2009:446) mengatakan harga adalah: "*price is the only element that produces revenue; the others produce costs*". Artinya harga (*price*) adalah salah satu elemen yang

menghasilkan pendapatan dan yang lain menghasilkan biaya (*cost*). Atribut harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit. Harga berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

2.4.6 Lokasi (*place*)

Kotler dan Armstrong (2008:48) mendefinisikan lokasi sebagai "*Company activities that make that product available to target consumers*". Aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan pelanggan sasaran. Artinya, variabel saluran distribusi atau *place* tidak hanya menekankan pada lokasi perusahaan, melainkan juga mengenai masalah penentuan lokasi dan perusahaan, mudah atau tidaknya lokasi tersebut dicapai. Lokasi perusahaan yang strategis merupakan kunci dari kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen. Saluran distribusi meliputi cakupan layanan, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi.

2.4.7 Proses (*process*)

Menurut Kotler dan Keller (2009:400), *process*, artinya perusahaan jasa dapat merancang cara penyampaian jasa yang superior, contohnya: Home Banking (perbankan melalui rumah) yang dibentuk oleh bank.

2.4.8 Lingkungan Fisik (*Physical Evidence/Physical Environment*)

Menurut Kotler dan Keller (2009:400), *Physical Evidence/Physical Environment* (Lingkungan Fisik), artinya perusahaan jasa dapat mengembangkan lingkungan fisik yang lebih atraktif.

2.5 Inovasi

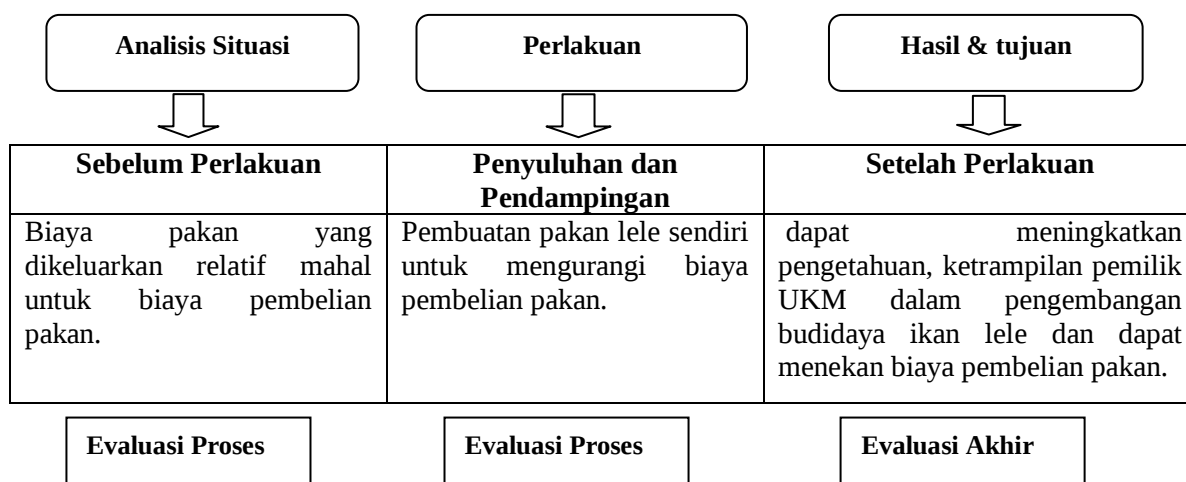
Menurut. Z. Heflin Frinces, (2008:117), inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.

2.6 Kerangka Pemecahan Masalah

Mengidentifikasi pemecahan masalah yang ada, maka kegiatan pemecahan atau pengembangan yang dilakukan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Adapun untuk mencapai tujuan tersebut, maka metode

yang digunakan adalah berupa tindakan penyuluhan dan pendampingan (demonstrasi praktek) dengan mendatangkan berbagai narasumber yang berada dan bekerja secara professional. Selain itu, para peserta pun bisa melakukan Tanya jawab interaktif terhadap narasumber tersebut.

Demonstrasi praktek langsung dilapangan didasari pada evaluasi awal yaitu sebagai landasan menentukan posisi pengetahuan petani tentang pembudidayaan ikan air tawar khususnya ikan lele. Pada akhir program maka dilakukan evaluasi untuk melihat penyampaian tujuan. Tim pengabdian masyarakat juga melakukan observasi untuk menciptakan pakan lele yang terbuat dari bahan – bahan yang mudah didapat. Pakan lele ini dibuat untuk menekan biaya pembelian pakan yang dianggap mahal oleh bapak Sugeng.



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

2.6.1 Deskripsi Kerangka Pemecahan Masalah

Setelah tim pengabdian masyarakat melakukan survey dan wawancara, kami menemukan adanya masalah - masalah dan kendala seperti biaya yang dikeluarkan untuk membeli pakan lele relatif mahal, dan tidak bisa dilakukan pengurangan pemberian pakan pada lele karena sangat berpengaruh pada pertumbuhan ikan lele itu sendiri. Setelah menemukan dan mengumpulkan masalah yang ada, tim pengabdian masyarakat lalu melakukan penyuluhan dan pendampingan, untuk proses pembuatan pakan lele. Karena harga pakan yang terus meningkat, tim pengabdian masyarakat menyimpulkan untuk melakukan pembuatan pakan sendiri guna menekan terjadinya kenaikan harga pakan yang lama-kelamaan dirasa sangat membebani keuangan Bapak Sugeng, dengan bahan-bahan utamanya yaitu ikan asin, dedak, daun talas dan air yang cukup mudah didapatkan dan harganya lebih terjangkau, namun hasilnya tetap bagus bagi pertumbuhan lele tersebut.

Setelah proses penyuluhan dan pendampingan diatas, berikut adalah hasil dari kegiatan yang dilakukan. Biaya pakan yang dikeluarkan jauh lebih rendah, karena sudah adanya pakan buatan

sendiri yang hasilnya tetap baik bagi pertumbuhan ikan lele.

2.6.2 Realisasi Pemecahan Masalah

1. Tim Pengabdian Masyarakat IBI Darmajaya melakukan demo pembuatan pakan lele di UKM lele Bapak Sugeng agar masyarakat Desa Marga Agung dapat mengetahui hasil pembuatan pakan lele yang dapat di buat dari bahan – bahan yang mudah didapat dan murah.
2. Memberikan pembelajaran kepada masyarakat sekitar khususnya bapak Sugeng sekeluarga untuk pembuatan pakan lele yang dapat menghasilkan keuntungan, penekanan biaya produksi dan pemeliharaan.
- 3 Memberikan arahan untuk menentukan target pasar penjualan lele yang telah diproduksi agar tepat sasaran sehingga dapat menghasilkan keuntungan.

2.6.3 Sasaran Objek

Produk olahan dari bahan baku ikan lele ditujukan kepada :

1. Masyarakat Desa Margo Agung, Guna untuk menjadikan nugget lele sebagai makanan cirri khas desa Margo Agung khususnya dusun II. Jadi pemasaran nugget lele ni di fokuskan kepada masyarakat dan

pelajar dari SD dan SMP yang ada di desa Margo Agung

2. UKM, Guna untuk menekan biaya produksi dan pemeliharaan untuk meningkatkan perekonomian atau keuntungan

III. METODE PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

3.1 Metode Yang Digunakan

3.1.1 Metode Observasi

- a. Observasi partisipasi adalah merupakan pengumpulan data melalui observasi bertahap objek pengamatan secara langsung, merasakan serta ikut langsung dalam kehidupan objek pengamatan.
- b. Observasi tidak berstruktur adalah dilakukan tanpa adanya struktur yang dimana pengamat harus mampu secara pribadi mengembangkan daya pengamatan dalam mengamati suatu objek.
- c. Observasi kelompok adalah observasi ini dilakukan secara kelompok terhadap satu atau beberapa objek sekaligus.

3.1.2 Metode Wawancara

- a. Metode wawan cara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk

tujuan penelitian dengan cara tanya jawab langsung bertatap muka antara penanya dengan narasumber, baik dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Dimana pewawan cara dan narasumber terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

- b. Metode wawancara bertahap bentuk wawancara kedua ini lebih bersifat formal dan sistematis bila dibandingkan dengan wawancara mendalam, wawancara dilakukan bertahap dan pewawancara tidak harus terlibat dalam kehidupan sosial informasi.

3.4.3 Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan adalah cara yang sistematis untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan melalui diskusi, rapat dan pertemuan praktek. Setiap orang belajar melalui banyak cara yang berbeda – beda sesuai dengan kemampuan menangkap pesan yang diterima, ada yang cukup mendengar saja, atau melihat dan juga ada yang harus mempraktekkan dan kemudian mendistribusikannya.

3.4.4 Metode Pelatihan

Menurut Nitisemito (1996:35), mendefinisikan pelatihan atau training sebagai suatu kegiatan yang bermaksud untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku keterampilan, dan pengetahuan dari karyawannya sesuai dengan keinginan perusahaan. Dengan demikian, pelatihan yang dimaksudkan adalah pelatihan dalam pengertian yang luas, tidak terbatas hanya untuk mengembangkan keterampilan semata-mata.

Menurut Carrell dan Kuzmits (1982:282), mendefinisikan pelatihan sebagai proses sistematis dimana karyawan mempelajari pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), kemampuan (ability) atau perilaku terhadap tujuan pribadi dan organisasi. Menurut Carrell dan Kuzmits (1982 : 278), tujuan utama pelatihan dapat dibagi menjadi 5 area:

1. Untuk meningkatkan keterampilan karyawan sesuai dengan perubahan teknologi.
2. Untuk mengurangi waktu belajar bagi karyawan baru agar menjadi kompeten.

3. Untuk membantu masalah operasional.
4. Untuk menyiapkan karyawan dalam promosi.
5. Untuk memberi orientasi karyawan untuk lebih mengenal organisasinya

Menurut Procton dan Thornton (1983 : 4) menyatakan bahwa tujuan pelatihan adalah:

1. Untuk menyesuaikan diri terhadap tuntutan bisnis dan operasional-operasional industri sejak hari pertama masuk kerja.
2. Memperoleh kemajuan sebagai kekuatan yang produktif dalam perusahaan dengan jalan mengembangkan kebutuhan keterampilan, pengetahuan dan sikap.

3.4.5 Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi, merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya, metode ini digunakan untuk menelusuri historis.

Yang mencakup data dokumenter adalah: otobiografi, surat - surat pribadi, buku - buku, dokumen pemerintah maupun swasta, cerita

roman atau rakyat, data di server dan flasdisk, data dari web, dan data lainnya

IV. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Desa

Desa Margo Agung adalah desa di kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung selatan, Lampung, Indonesia. Margo Agung terdiri dari 6 dusun, walaupun Margo Agung terdiri dari 6 dusun tetapi Margo Agung perekonomiannya lebih berkembang dibandingkan desa – desa yang ada di Kecamatan Jati Agung karena desa Margo Agung dekat dengan kecamatan, selain itu Margo Agung juga dekat dengan desa Margo Mulyo. Desa Margo Mulyo adalah desa yang memiliki pusat pasar yang besar sehingga memudahkan penduduk desa Margo Agung untuk menjual hasil pertaniannya. Walau pun desa Margo Agung tidak didukung fasilitas pertokoan, bank, dan minimarket seperti desa – desa yang berkembang karna desa Margo Agung menerapkan sistem perekonomian tradisional.

Usaha kecil menengah (UKM) adalah salah satu faktor penggerak perkonomian desa karena banyak di desa Margo Agung. UKM yang terdapat di desa Margo Agung

antara lain yaitu : usaha pembuatan tempe, usaha budidaya jamur tiram, usaha budidaya jangkrik, usaha budidaya keroto, usah keripik pisang, dan usaha budidaya ikan lele

4.1.1 Aspek Geografis

Kecamatan Jati Agung berdikri karena meletusnya gunung merapi di pulau Jawa sehingga seluruh penduduk satu kabupaten di pulau Jawa di transmigrasikan ke lampaung tepatnya di Lampung selatan pada tahun 1970 tangagl 2 Juni, diresmikan oleh Bupati Lampung Selatan dengan luas wilayah 3.670.762 Ha.

4.1.2 Aspek Demografi

Desa Margo Agung, Kecamatan Jati Agung memiliki jumbelah penduduk 9.213 jiwa yang terdiri dari 5.003 laki – laki dan 4.210 perempuan. Jumbelah kepala keluarga yang ada di desa Margo Agung 2.623 kepala keluarga. Sedangkan umat beragama di desa Margo Agung terdiri dari Islam 8.603 jiwa, Kristen Katolik 230 jiwa, Kristen protestan 170 jiwa.



Gambar 2. Kantor Kecamatan Jati Agung



Gambar 3. SD Negeri 1 Marga Agung



Gambar 4. MTs. Al-Hidayah Marga Agung

4.1.3 Aspek Psikografi

Penduduk di desa Margo Agung memiliki status sosial yang berbeda - beda, yang berprofesi PNS 2300 jiwa, wirausaha 2200 jiwa, dan petani 4713 jiwa. Rata – rata penduduk Margo Agung merupakan golongan ekonomi menengah kebawah sehingga gaya hidup konsumsi lebih kepada pemenuhan kebutuhan sehari – hari .

4.1.4 Aspek Sosial dan Budaya

Suku yang ada di desa Margo Agung mayoritas adalah suku jawa, sehingga menjadikan bahasa Jawa menjadi bahasa utama di desa Margo Agung. Selain suku Jawa di desa Margo Agung juga ada suku Sumatera dan suku lampung sebagai minoritas.

4.2 Profil UKM

Dari kegiatan yang dilakukan maka berikut adalah hasil yang telah diperoleh dari kegiatan yang telah dilaksanakan oleh kelompok 57 dan dari berbagai acuan yang ada.

4.2.1 Kondisi UKM

Nama Pemilik : SUGENG
Nama Usaha : Agung Jaya
Jenis Usaha : Budidaya Ikan
Lela Alamat : Jl. Siliwangi, Dusun II,
Desa Marga Agung, Jati Agung,
Lampung selatan
Bandan Hukum : Belum Berbadan hukum
Karyawan : 2 Orang



Gambar 5. Kolam Budidaya Lele Milik Bapak Sugeng

UKM ini didirikan pada tahun 2012, UKM ini dikelola oleh Bapak Sugeng beserta keluarga, awalnya Bapak Sugeng memulai UKM Lele ini dari pembibitan dan pembesaran. Namun seiring berjalan

proses, pembibitan pun berhenti karena untuk pencarian pakan bibit lele mulai dirasa sulit, pakan dari bibit lele itu sendiri adalah cacing sutra. Cacing sutra susah didapat karena daerah Marga Agung

bukan daerah yang lembab dan di Desa Margo Agung tidak ada pembudidaya cacing sutra.

Maka dari itu Pak Sugeng memutuskan hanya untuk melakukan pembesaran ikan lele karena dianggap lebih mudah dalam pakannya, namun seiring waktu berjalan harga dari pakan lele pun semakin mahal namun harga ikan lele tetap saja tidak mengalami peningkatan. Pak Sugeng pun mencoba untuk memberi bangkai ayam potong yang didapat dari peternak ayam potong, namun selang beberapa bulan bangkai ayam pun sulit didapat karena banyaknya pesaing.

Pak Sugeng pun tidak menyerah untuk meneruskan pembudidayaan ikan lele walau pun penghasilan utama Pak Sugeng bukan dari budidaya lele, Pak Sugeng tidak kehabisan akal untuk mempertahankan pembudidayaan tersebut, maka Pak Sugeng mencoba untuk membuat pakan lele sendiri untuk menekan biaya yang dikeluarkan.

4.2.2 Pemeliharaan

Pemeliharaan ikan lele tidak terlalu sulit yang penting kolam tidak kekurangan air pada musim kemarau dan dilakukan pengisian atau pergantian air pada kolam dari sumur bor yang sudah dibuat dan disalurkan melalui pipa-pipa yang sudah terhubung kesemua kolam. Untuk musim

hujan seluruh kolam dikelilingi dengan waring agar ikan tidak hanyut saat kolam penuh dengan air atau banjir.

4.2.3 Proses Pengujian Pakan Lele

Untuk menguji inovasi yang telah dibuat, Pak Sugeng pun melakukan percobaan kepada lele dengan cara memisahkan 2kg ikan lele yang berukuran sama pada dua kolam yang berbeda dan masing-masing pada 1(satu) kolam tersebut diisi 1kg ikan lele. Kemudian masing lele tersebut diberi pakan yang berbeda, pada kolam A diberi pakan pur yang dibeli dan pada kolam B diberi pakan buat sendiri selama 1 minggu, setelah 1 minggu lele pun ditimbang dan pertambahan berat ikan lele pada kedua kolam relatif sama. Jadi inovasi Pak Sugeng telah berhasil untuk membuat pakan lele sendiri yang bertujuan untuk menekan biaya pada proses pemeliharaan khususnya pada pakan lele. Dari penekanan proses pemeliharaan atau pembelian pakan maka Pak Sugeng bisa mendapat keuntungan lebih banyak dari sebelumnya.

4.2.4 Masa Panen

Masa panen ikan lele bisa dipanen sesuai dari jenis pakan yang

diberikan. Untuk pemberian pakan ayam mati, masa panen lele bisa lebih singkat yakni kurang dari 2 bulan dan untuk pakan pur berkisaran 75-90 hari atau 2,5-3 bulan bisa juga dalam 1kg berisi 10-12 ekor.

4.2.5 Hambatan Atau Kendala Dalam Pembudidayaan Ikan Lele

Ada pun kendala-kendala yang dihadapi antar lain : Hama (burung pemakan ikan), Penyakit (jamuran atau bintik-bintik putih pada kulit lele), dan Banjir. Cara Menanggulangnya adalah : mengatasi hama diberi penakut burung, penyakit belum ditemukan obatnya, dan banjir diberi waring untuk seluruh kolam.

4.2.6 Distributor Atau Pengepul

Hasil dari panen lele ini langsung diambil oleh pengepul atau distributor yang datang dari berbagai daerah ada yang dari Karang Anyar, Bandar Lampung, Jati Mulyo dan Kemiling. Jika para pengepul menginginkan ikan lele maka para pengepul akan menghubungi Pak Sugeng karena Pak Sugeng tidak sekaligus menebar bibit lele hal ini dilakukan untuk menyiasati permintaan pengepul pada waktu yang tidak terduga. Pak Sugeng bisa melakukan hal tersebut karena jumlah kolam yang dimiliki Pak Sugeng adalah 12 kolam sehingga Pak Sugeng dapat menyiasatinya penebaran bibit dengan jarak berkisar 10-15 hari per

2 kolam demi menjaga loyalitas pengepul atau pembeli.

4.3 Penerapan Program Sesuai Dengan Tujuan

Pemecahkan masalah yang ada di UKM budidaya ikan lele desa Marga Agung yang terkait dengan pengetahuan pembudidayaan ikan air tawar, pada tahap diadakan evaluasi awal terhadap kondisi petani, maka akan dilakukan perlakuan, penyuluhan dan pendampingan, sehingga diakhir kegiatan akan diperoleh hasil adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani dalam pembudidayaan ikan air tawar, dan menghasilkan makanan untuk ikan lele.

Mengingat pendirian usaha pembudidayaan ikan air tawar ini merupakan program yang relatif tidak baru bagi masyarakat maupun pemerintah desa, proses pengenalan dan sosialisasi masyarakat mencakup kegiatan-kegiatan yang sifatnya memperkenalkan kembali program kepada masyarakat sekaligus memberi peluang kepada penyelenggara program untuk mengenal masyarakat dan kondisi sumber daya alam di lokasi sasaran kegiatan. Dalam hal ini, peran pendamping sangatlah penting melanjutkan kegiatan sosialisasi masyarakat dan melalui pendamping akan diketahui sumber daya alam desa secara

mendalam. Pendamping lapangan berperan menjembatani komunikasi antar masyarakat dengan berbagai pihak terkait. Pengembangan kapasitas masyarakat dilakukan melalui kegiatan belajar bersama seperti pengamatan saat-saat musim pemijahan ikan, penyuluhan dan pendidikan umum menyangkut sumber daya ikan lokal, habitat dan ekosistem, wilayah perairan umum, baik di kolam maupun di sungai. Pelatihan pengorganisasian dan pengelolaan keuangan. Hal yang tak kalah pentingnya dalam pengembangan kapasitas masyarakat ini adalah melakukan kegiatan studi banding.

Mempertimbangkan potensi dan harapan yang sangat besar tersebut maka salah satu usaha yang dilakukan tim pengabdian masyarakat antara lain dengan mengembangkan potensi tersebut yaitu dengan mengadakan penyuluhan mengenai pembudidayaan ikan air tawar dan pembuatan pakan untuk ikan lele. Kegiatan tersebut merupakan sebuah solusi dan alternative usaha yang ditawarkan bagi masyarakat. Bila dilihat dan dipraktekan usaha ini cukup mudah juga tidak terlalu memerlukan modal yang besar dan tingkat kergianya pun sangat kecil, dan tentunya memberikan keuntungan yang menjanjikan. Didukung pula dari kondisi lingkungan yang

menunjang untuk memperoleh bahan pokok pembuatan pakan lele karena kebutuhan/permintaan pasar yang tidak akan pernah surut, bahkan cenderung meningkat setiap tahunnya, maka pembuatan pakan sangat penting.

Program budidaya ikan air tawar yang dijalankan agar berhasil dan sesuai dengan yang ditargetkan, pembudidayaan harus mampu mempertimbangkan berbagai faktor, salah satu faktor tersebut adalah memiliki pengetahuan dalam memilih ikan air tawar yang berkualitas, yakni sesuai dengan kondisi lokasi budidaya, mudah dibudidayakan, laku dipasaran, dan tentunya menciptakan kenyamanan tersendiri bagi pembudidayaan ikan air tawar.

Memilih ikan air tawar yang daya tahan tubuhnya baik, seperti halnya makhluk hidup lain, ikan juga mudah mengalami stres atau mengalami kematian terutama bila kondisi lingkungan hidupnya tidak baik. Oleh karena itu, ikan yang cukup tahan lebih mudah dalam menanganinya karena tidak memerlukan banyak penanganan khusus salah satunya adalah budidaya ikan lele.

Pada umumnya, usaha pembudidayaan ikan lele cenderung lebih mudah jika pada pengembangannya usaha pembibitan, karena benih lele yang akan ditebarkan sudah cukup kuat dan

beradaptasi dengan lingkungan yang baru. Namun, resiko kematian atau gagal panen tentu tetap saja ada. Hali ini terjadi biasanya karena kesalahan penanganan atau ketidak pahaman dari pembudidayaan itu sendiri.

Agar bisa memberikan keuntungan lebih besar, sebaliknya pembudidaya lele harus menjalankan kedua jenis usaha, baik pembenihan maupun pembesaran. Bibit yang berasal dari pembenihan sendiri lebih terjamin dari segi kualitas, terutama untuk pembesaran lebih lanjut. Jenis lele yang dibudidayakan lebih cocok berjenis dumbo atau sangkuriang. Lele tersebut merupakan varietas unggul dengan daya tahan hidup tinggi, lebih cepat besar serta tingkat produksi telurnya jauh lebih tinggi dibandingkan dengan varietas lele yang selama ini dibudidayakan oleh masyarakat.

4.3.1 Proses Pembuatan Pakan

Bahan-bahan pokoknya antara lain : ikan asin, dedak, daun talas, dan air. Adapun alat-alat yang digunakan adalah langsung besar atau dari drum dipotong dua, alat pengaduk, dan mesin penggilingan. Sedangkan Proses pembuatan pakan adalah sebagai berikut :

- ✓ Potong daun talas hingga kecil-kecil.
- ✓ Campurkan semua bahan.
- ✓ Kemudian aduk hingga rata.

- ✓ Setelah diaduk rata lalu masuk kan ke dalam mesin penggiling.
- ✓ Setelah pakan sudah menyerupain pur lalu jemur hingga kering.
- ✓ Pakan pun siap diberi ke lele.



Gambar 6. Proses Pembuatan Pakan



Gambar 7. proses penjemuran pakan lele hari pertama



Gambar 8. proses penjemuran pakan lele hari kedua



Gambar 9. pakan siap konsumsi

4.3.2 Rincian Biaya Pembuatan Pakan

Tabel 1. Rincian Biaya Pembuatan Pakan Lele

No	Bahan Yang Digunakan	Kuantitas	Harga Satuan	Total
1	Ikan Asin	5 Kg	Rp 2.000	Rp 10.000
2	Dedek	4 Kg	Rp 3.000	Rp 12.000
3	Daun Talas	3 Kg	Rp 1.000	Rp 3.000
4	Air	2 Liter	Rp 2.000	Rp 4.000
5	Vitamin	10 Gr	Rp 200	Rp 2.000
6	Tenaga Kerja	25 Kg	Rp 3.000	Rp 75.000
7	Biaya Lainnya	-	Rp 15.000	Rp 15.000
Total Biaya				Rp 121.000

Sekali produksi dapat menghasilkan 25-30 Kg PUR yang menghabiskan, total biaya Rp. 121.000

4.3.3 Rincian Biaya Yang Dikeluarkan Dari Pemeliharaan Hingga Masa Panen Ikan Lele

Tabel 2. Rincian Biaya Pemeliharaan Ikan Lele

a. Biaya yang dikeluarkan menggunakan pur beli		
1	Bibit lele/1000 ekor	Rp. 130.000
2	Air dan listrik	Rp. 150.000
3	100kg Pur @ Rp.10.000	Rp. 1.000.000
Total Biaya		Rp. 1.280.000
Perhitungan laba 1x panen (150 Kg)		
1	Penjualan (150kg x Rp.17.000)	Rp. 2.550.000
2	Total biaya pemeliharaan	Rp. 1.280.000
Tota Laba		Rp. 1.270.000
a. Biaya yang dikeluarkan menggunakan pur buatan sendiri		
1	Bibit lele/1000 ekor	Rp. 130.000
2	Air dan listrik	Rp. 150.000
3	100kg Pur 25kg@121000	Rp. 484.000
Total Biaya		Rp. 764.000
Perhitungan laba 1x panen (150kg)		
1	Penjualan (150kg x Rp.17.000)	Rp. 2550000
2	Total biaya pemeliharaan	Rp. 764.000
Laba Bersih		Rp. 1.786.000

Dari rincian di atas dapat diketahui

bahwa penggunaan PUR buatan

sendiri dapat menghasilkan lebih

banyak keuntungan dibandingkan

penggunaan pakan pur beli, dengan selisih laba sebagai berikut :Rp. 1.786.000 - Rp. 1.270.000 = Rp. 516.000

V. KESIMPULAN

1. Pembuatan pakan lele hasilnya bisa diterima dengan baik oleh pihak UKM karna sangat mendukung untuk perkembangan dan keberlangsungan usaha mereka.
2. Pakan Lele yang telah dibuat ternyata memiliki biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan pakan lele yang dijual dipasaran, akan tetapi tidak menurunkan nilai gunanya

VI. SARAN

1. Perlu dilakukannya peningkatan kapasitas produksi pakan demi keberlangsungan dan demi peningkatan pesanan terhadap lele.
2. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat yang akan datang diharapkan pengembangan UKM ikan air tawar atau lele yang ada di Desa Marga Agung dilanjutkan dengan sistem pengembangan dan pemasaran dengan berbasis pakan lele.

3. Perlu adanya pelatihan untuk UKM tentang perlunya peran pemerintah untuk mendukung UKM untuk menambah *value added* pada pengelolaan ikan lele.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] William J Stanto Y Lamarto. Prinsip Pemasaran Salemba 2007, Jakarta
- [2] Robert D.Hisrich, Miciael P.Peters. Dean A.Shepherd. Kewirausahaan Penerbit Salemba edisi 7.2007, Jakarta
- [3] Pandji Anoraga, S.E., M.M, Penerbit Salemba Edisi 7.2008, Jakarta
- [4] Kotler, Philips dan swee hoong. 2005. Pemasaran Jilid 2 Gramedia, Jakarta
- [5] Harrisfadillah's Blog's, Just Another WordPress.com site.17 April 2012
- [6] (<http://ciku.typepad.com/blog/2009/12/definisi-pemasaran-dan-manajemen-pemasaran.html>. Dec 28, 2009)