

# Pendampingan Manajemen Usaha Guna Meningkatkan Kapasitas Usaha di Budidaya Lele

Hary Sulaksono<sup>1</sup>, Tamriatin Hidayah<sup>2</sup>

Institut Teknologi dan Sains Mandala, Indonesia<sup>1,2</sup>

## ABSTRAK

Usaha pembesaran atau budidaya ikan lele sampai ukuran yang bisa dan layak konsumsi merupakan salah satu peluang usaha yang menjanjikan seiring dengan bertambahnya kesadaran masyarakat tentang manfaat mengkonsumsi ikan lele. Dengan adanya peningkatan kesadaran ini tentunya berpengaruh terhadap permintaan ikan lele, sebagai salah satu makanan untuk memenui kebutuhan gizi. Budidaya ikan lele milik mitra sudah berjalan lama akan tetapi perkembangannya belum terlalu signifikan. Pada program pengabdian masyarakat kali ini tim memberikan pendampingan tentang bagaimana membuat analisis strategi pengembangan dan strategi pemasaran yang tepat. Beberapa strategi yang disarankan diantaranya adalah pengaturan jadwal mulai penyebaran bibit sampai panen, pencatatan keuangan sederhana, membuka peluang pasar baru, mengembangkan usaha dengan jalan menawarkan olahan masakan berbahan dasar ikan lele.

**Kata Kunci:** Budidaya, Ikan Lele, Strategi Pengembangan Dan Strategi Pemasaran

## 1. PENDAHULUAN

Ikan lele merupakan salah satu ikan air tawar yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia. (mencapai sekitar 46,67% pada tahun 2023). Permintaan yang tinggi ini berasal dari konsumsi rumah tangga, warung makan, restoran, hingga industri catering.

Tingginya kesadaran masyarakat tentang manfaat ikan lele sebagai salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan gizi, mendorong animo dan permintaan masyarakat terhadap komoditas ikan lele meningkat. Kondisi ini tentunya mendorong tumbuh kembangnya usaha budidaya ikan lele dalam berbagai skala usaha. Produksi ikan lele nasional pada tahun 2024 berdasarkan data yang dirilis oleh kementerian Kelautan dan Perikanan sebanyak 1.157.755 ton dan sebanyak 162.219 ton untuk lingkup Jawa Timur. Untuk tahun 2023 sebanyak 1.136.619 ton sedangkan Jawa Timur sebanyak 158.702 ton. Dari data ini menunjukkan adanya peningkatan permintaan ikan lele, dan ini merupakan peluang usaha.

Menurut (Kustiani, 2021), ikan lele saat ini disukai dan dibutuhkan Masyarakat dari berbagai kalangan usia sebagai salah satu sumber protein. (Sari, et al 2021 ) menyatakan bahwa protein hewani dari ikan merupakan salah satu sumber nutrisi penting dalam pencegahan stunting pada masa anak-anak. Perubahan situasi ini membuat usaha budi daya ikan lele merupakan salah satu peluang usaha yang menjanjikan seperti yang dituliskan oleh ((Afiza & Pangestuti, 2018; Saputra et al., 2022).

## Corresponding Author:

Tamriatin Hidayah  
(titin@itsm.ac.id)

Received: October 10, 2025

Revised: November 15, 2025

Accepted: November 30, 2025

Published: December 10, 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Peluang usaha yang prospek dan menjanjikan ini tentunya harus diikuti dengan adanya strategi pengelolaan dan pengembangan usaha yang tepat, karena konsumen sekarang sangat selektif dalam memilih produk.

Permasalahan mengenai strategi pengelolaan atau manajemen usaha juga dihadapi oleh mitra pengabdian yaitu Bpk Harsono sebagai pemilik usaha budidaya ikan lele yang berada di dusun Krajan di desa Ajung, Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. Berdasarkan observasi awal ditemukan beberapa informasi, antara lain usaha budidaya ikan lele ini sudah berjalan cukup lama, sejumlah investasi baik berupa aset tetap maupun bahan habis pakai sudah dikeluarkan namun usaha ini belum memberikan keuntungan yang menjanjikan. Masih ada beberapa permasalahan yang menjadi kendala bagi pengembangan usaha budidaya ikan lele ini. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan pendampingan mulai dari diskusi untuk mengetahui akar masalah yang dihadapi dan mencoba memberikan alternatif strategi perkembangan usaha dan pemasaran

## 2. METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan September sampai Oktober 2025 bertempat dilokasi mitra. Kegiatan pengabdian Masyarakat dilakukan melalui tahapan sebagai berikut :

1. Kegiatan observasi awal meliputi :
  - a. Kegiatan survey awal dan negosiasi , permohonan kepada mitra untuk melakukan pengabdian masyarakat di tempat mitra.
  - b. Komunikasi dalam bentuk diskusi dengan mitra terkait dengan kondisi usaha dan kendala kendala yang dihadapi selama usaha budidaya ikan lele.
2. Kegiatan inti meliputi :
  - a. Dalam tahap ini tim memberikan penyuluhan dan pendampingan dalam mengidentifikasi, merumuskan dan menganalisis permasalahan dan alternatif penyelesaian masalah.
  - b. Penyuluhan dan pendampingan terkait bagaimana strategi yang tepat dalam mengelola dan mengembangkan usaha budi daya ikan lele.
3. Penutupan
  - a. Penyusunan luaran kegiatan pengabdian masyarakat dalam tulisan artikel ilmiah yang akan dipublikasikan dalam jurnal Pengabdian Masyarakat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal yang dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat Adalah observasi awal dan diskusi dengan mitra tentang kondisi internal maupun eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman maupun peluang bagi usaha budidaya ikan lele.Dari hasil diskusi ditemukan beberapa karakteristik dari mitra, baik dari sisi pemilik maupun karyawan yang ada, baik karyawan yang tetap ataupun karyawan tidak tetap ( bekerja bilaman diperlukan bantuan tenaganya untuk usaha budidaya lele). Beberapa informasi yang bisa disimpulkan diantaranya :

### Untuk kondisi internal

- a. Harga.

Pada saat ini lele hasil budi daya mayoritas dibeli masyarakat sekitar dengan harga jual kisaran Rp.20.000 – 22.000 , sementara harga jual di pasaran sekitar Rp.24.000- 25.000. Jarak waktu panen perlu pengaturan kembali, karena berkaitan dengan pengaturan aliran uang masuk dan keluar.
- b. Tempat

Dari sisi lokasi bisa dikatakan kurang bagus, karena berada didekat perumahan, sehingga ini juga merupakan suatu tantangan tersendiri untuk menjaga agar keberadaan

kolam ini tidak berpotensi menimbulkan polusi bau. Tetapi dari sisi lokasi dengan dekat perumahan dan juga gudang tembakau bisa menjadi pasar potensial bagi usaha budi daya ikan lele ini.

Didekat kolam ikan ada sumur dan juga sungai yang bisa digunakan untuk pengambilan air dan pembuangan air bilamana diperlukan walaupun tetap harus memperhatikan kemungkinan menimbulkan dampak dari air buangan pada saat menguras kolam.

c. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh mitra sejauh ini masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, belum ada aktivitas promosi yang dilakukan. Pembeli yang datang merupakan pembeli lama baik dari penduduk sekitar, maupun pengepul.

d. Sumber daya manusia yang ada terdiri dari pemilik (owner) dan 2 tenaga kerja sebanyak 2 orang yang terdiri dari 1 orang tenaga tetap, sedangkan 1 lagi hanya bila diperlukan. Tenaga Kerja merupakan bagian terpenting dalam perusahaan karena dengan adanya tenaga kerja, jasa ataupun produk mampu diwujudkan dan diproduksi (Ekasari et al., 2023). Pemilik (owner) mempunyai pengalaman relatif lama dalam usaha ini kurang lebih selama 4 tahun. Modal juga berasal dari pemilik (owner) sendiri.

### Kondisi Eksternal

a. Sosial, Ekonomi dan Demografi

Merujuk data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Jember, Kecamatan Ajung dalam angka tahun 2024, Kecamatan Ajung terdiri dari 7 desa. Dari sisi demografi, desa Ajung merupakan desa yang paling banyak penduduknya dengan jumlah total 18.069 yang terdiri dari laki-laki berjumlah 9.582 dan perempuan 8487. Jarak desa Ajung dengan ibukota kabupaten sekitar 5-10 km. Jumlah penduduk yang besar ini meruakan salah satu faktor yang mendorong adanya potensi pasar untuk menjual hasil panen budidaya lele.

b. Kekuatan Tawar pemasok

Siklus usaha budi daya ikan lele ini dimulai dari penyebaran bibit, pembesaran sampai lele siap untuk dikonsumsi. Untuk bibit, selama ini mitra tidak mengalami kendala, karena sudah terikat kerja sama dengan pemasok bibit, dan bibit yang diterima sudah sesuai dengan yang diminta oleh mitra. Harga bibit ikan lele dari pemasok relatif stabil, dan kualitasnya baik. Untuk pakan mudah didapatkan harganya relatif stabil. Selain itu mitra juga memberikan makanan tambahan sayur-sayuran yang dipecaya oleh konsumen bisa membuat rasa ikan kele menjadi lebih enak.

c. Kekuatan tawar konsumen

Saat ini konsumen masih terbatas masyarakat sekitar, disamping ada pengepul yang sudah menjalin kerja sama. Walaupun di desa Ajung tidak banyak pasar, akan tetapi keberadaan pedagang sayur keliling (mlijo) banyak di daerah ini. Di Ajung karena relatif dekat dengan daerah perkotaan sebagian masyarakatnya sudah banyak yang menyukai gaya hidup praktis dan instan, sehingga pembelian terhadap produk-produk frozen food ataupun siap olah juga tinggi.

d. Munculnya pendatang baru

Ikan lele dalam hal pemeliharaan lebih mudah dibandingkan ikan yang lainnya, ikan lele mampu bertahan dalam kondisi air dengan sirkulasi yang minim (kolam tergenang), pertumbuhannya cepat dan dapat dipelihara dalam berbagai jenis wadah (kolam). Hal inilah yang merupakan kelebihan dari ikan lele dibandingkan ikan lainnya. Kemudahan dalam memelihara lele dan adanya peningkatan kesadaran kesadaran akan manfaat ikan lele sebagai salah satu sumber protein tentunya membuat usaha budidaya ikan lele ini mempunyai prospek yang bagus. Selain itu semakin banyaknya produk-produk lauk-pauk siap olah dipasaran, bahkan untuk lele sendiri sudah ada olahan lele yang dijual dipasaran.

Kondisi ini tentunya menjadikan usaha budidaya lele mitra harus siap berinovasi agar keberadaan usahanya lebih terjamin keberlangsungannya.

Tahap berikutnya yang dilakukan oleh tim pengabdian Masyarakat Adalah mendiskusikan dan menganalisis sejauh mana kondisi internal dan eksternal ini berpengaruh terhadap budidaya lele ini. Hasil analisis ini dirumuskan dalam analisis SWOT. Analisis matrik SWOT disusun berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang ada. Analisis matrik SWOT yang dihasilkan merumuskan 9 strategi yang dikelompokkan dalam 4 elemen yang kemudian dapat membentuk perencanaan strategi (Hakim et al 2021), yaitu strategi S-O, strategi S-T Strategi W-o dan Strategi W-T.

Hasil dari analisis SWOT sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis SWOT

Faktor Internal	<b>STRENGTH (S)</b> 1. Lokasi yang strategis dekat konsumen (perumahan dan gudang tembakau) 2. Harga yang relative lebih urah dibandingkan harga di pasaran 3. Kolam masih bisa ditambah jumlahnya atau dioptimalkan penggunaannya dengan pola yang terencana. 4. Modal berasal dari pemilik sendiri sehingga tidak terikat waktu untuk pengembalian. 5. Pemilik sudah mempunyai pengalaman dalam usaha budi daya lele.	<b>WEAKNESS (W)</b> 1. Potensi polusi bau 2. Kurang profesional dalam manajemen usaha utamanya dalam pengelolaan keuangan, karena berasal dari modal sendiri 3. Promosi yang dilakukan masih konvensional
Faktor eksternal		

<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>STATEGI S-O</b>	<b>STRATEGI W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan kesadaran masyarakat akan manfaat dari ikan lele</li> <li>2. kerjasama yang baik dengan pemasok</li> <li>3. Kemungkinan perluasan pasar.</li> <li>4. Banyak tersedia calon tenaga kerja paruh waktu</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaturan/ penjadwalan tiap kolam.</li> <li>2. Menjalin kerja sama dengan penjual sayur, penjual ikan, warung makan dan pengepul.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pergantian air kolam secara periodik</li> <li>2. Mengoptimalkan promosi kepada konsumen secara langsung melalui pemasangan banner dilokasi ataupun di media sosial</li> <li>3. Memperbaiki manajemen usaha utamanya masalah keuangan, sebaiknya melakukan pencatatan cashflow keuangan denan baik</li> </ol>
<b>THREATH (T)</b>	<b>STRATEGI S-T</b>	<b>STRATEGI W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turunnya daya beli masyarakat</li> <li>2. kekuatan tawar konsumen tinggi</li> <li>3. kemungkinan munculnya pesaing baru sangat tinggi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat inovasi produk olahan lele seperti abon, nugget lele siap goreng ataupun masakan lainnya guna meningkatkan nilai jual ikan lele</li> <li>2. Menjaga hubungan baik dengan pembeli yang sudah ada serta membuka peluang pasar baru, seperti ke warung makan, pengepul, pedagang sayur (mlijo)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tetep menjaga kualitas pakan.</li> <li>2. Melakukan promosi terkait produk lele maupun olahannya.</li> </ol>

Selain penentuan analisis SWOT, pendampingan juga diberikan kepada karyawan. Karena jumlah tenaga kerja tetap hanya 1, maka pendampingan pemberian motivasi dilakukan informal dengan cara diskusi dan komunikasi ( berbicara ringan disela sela menjalankan tugasnya). Menurut (Busro 2018) motivasi kerja adalah kekuatan internal yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan. Tujuan memberikan motivasi sesuai dengan yang ditulis oleh (Hasibuan 2017) adalah agar seseorang mau bekerja sama, bekerja secara efektif dan mengerahkan segala upayanya untuk mencapai kepuasan. Tim pengabdian masyarakat menyesuaikan dengan jadwal dan kondisi tenaga kerja dengan harapan materi diterima tidak ada kesan menggurui dan akan bisa meningkatkan motivasi kerja karyawan. Disamping itu kepada pemilik (owner) juga diberikan pendampingan berupa apa yang perlu disiapkan bila akan memperluas usahanya, kepada pemilik diberikan materi berupa bagaimana membuat business plan atau rencana usaha.

Beberapa pertimbangan memberikan pendampingan berupa penyuluhan materi motivasi kepada tenaga kerja dan pentingnya business plan yang ada adalah:

- Dari sisi tanggung jawab terhadap pekerjaannya , masih diperlukan adanya peningkatan. Tenaga kerja yang dalam menjalankan pekerjaannya hanya sekedar menggugurkan kewajiban dalam bekerja. Tanggung jawabnya masih kurang. Kurangnya inisiatif , kreativitas dan komitmen . Tim pengabdian masyarakat berupaya untuk memberikan materi atau pengetahuan tentang pentingnya bekerja sesuai dengan peran dan tanggungjawabnya. Berusaha untuk memberikan pola pikir bahwa pekerjaan yang dijalani sangat berarti baik bagi dirinya secara pribadi maupun bagi usaha budidaya ikan lele ini.

- Kepada mitra juga diberikan pengetahuan tentang pentingnya membuat perencanaan usaha/bussiness plan walaupun usaha budidaya ini bukanlah usaha yang besar.. Perencanaan usaha/business plann adalah segala hal yang dibuat untuk menjalankan bisnis kedepannya,mengoptimalkan sumber daya, dan mempersiapkan untuk segala kemungkinan dan resiko yang ada.Menurut (Anisah et al, 2023) perencanaan bisnis dapat diartikan sebagai sebuah dokumen perencanaan yang memiliki sifat teknis dimana isinya adalah merupakan turunan dari ide konsep dan model bisnis yang sudah matang terkait usaha yang akan dijalankan. Didalam pembuatan rencana usaha ini diberikan beberapa informasi tentang aspek aspek yang perlu dipertimbangkan dalam sebuah usaha. Aspek yang pertama dan utam (critical point) aspek pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen, aspek keuangan dan kriteria penilaian investasi.

- Kemungkinan pengembangan usaha baik dalam jenis usaha yang sama dan ada kaitannya dengan hasil panen ikan lele, misalnya pengolahan ikan lele, ataupun usaha jenis lainnya dengan melihat potensi dan kondisi termasuk lingkungan atau lokasi. Usaha yang bisa dicontohkan misalnya usaha pemeliharaan bebek, mengingat lokasinya yang dekat dengan sungai dan masih banyak potensi tenaga kerja yang bisa diambil dari orang sekitar temat usaha budi daya lele ini.

Secara ringkas bisa dituliskan beberapa strategi yang bisa dilaksanakan oleh pemilik usaha budi daya lele ( Bpk Harsono) diantaranya :

- a. Mengatur dan menjalankan dengan terencana dan sistematis jadwal keseluruhan usaha budidaya lele, misalnya kapan harus menyebarkan bibit di tiap kolam yang ada, kapan harus memanennya.
- b. Menambah kolam kolam bisa dengan membuat kolam baru atau dengan menggunakan media lain seperti misalnya menggunakan terpal.
- c. Untuk meningkatkan penjualan agar hasil panen bisa cepat habis dan tindakan anjutannya bisa dimulai memperbaiki sistem penjualan tidak hanya mengandalkan masyarakat sekitar dan kepada 1 pengepul. Upaya peningkatan penjualan dilakukan dengan mengaktifkan promosi, misalnya memasang banner dilokasi sebagai penunjuk arah yang jelas ataupun menggunakan media sosial.
- d. Menjalin kerja sama dengan pedagang sayuran, penjual ikan segar, warung makan, pengepul.
- e. Membuat produk olahan berbahan ikan lele, misalnya abon lele, krupuk rasa ikan lele, ataupun makanan olahan lainnya .
- f. Merintis membuka usaha baru misalnya pemeliharaan bebek

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil pendampingan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pemilik (owner ) usaha budidaya lele (mitra) masih belum optimal dalam menjalankan usahanya, padahal dari analisis SWOT dan Analisis Matrik Internal Eksternal yang didiskusikan antara tim pengabdian masyarakat dan pemilik (owner) berada pada posisi *Hold and Maintain*. Menurud (David, 2006) posisi ini berarti menjaga dan mempertahankan. Strategi yang sesuai

dengan posisi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi yang bisa disarankan kepada pemilik (*owner*) adalah :

- a. Mengatur dan menjadwalkan dengan terencana dan sistematis untuk memasukkan bibit, ukuran (size) bibit lele disesuaikan dengan kapasitas masing masing kolam. Untuk itu diperlukan catatan pembukuan. Tim pengabdian masyarakat juga memberikan contoh cara pencatatan keuangan secara sederhana.
- b. Menambah kolam bisa dengan membangun kembali kolam atau menggunakan terpal atau media lain
- c. Untuk penjualan bisa menjalin kerja sama dengan penjual sayur, penjual ikan, pengepul, warung makan
- d. Mengoptimalkan promosi keada konsumen secara langsung misalnya memasang banner di lokasi, memberikan tanda tertentu, ataupun melalui media sosial.
- e. Membuat produk olahan lele
- f. Pengembangan usaha ternak bebek

## REFERENCES

- Anisah, H., Sudirman, A., Suhardi, A. R., Widyatama, A., Abdurohim, Widajatun, V. W., Susanti, N., Ichsan, S., & Yuliani, R. (2023). Perencanaan dan simulasi bisnis penerbit CV. Eureka Media Aksara.
- Afiza, Y., & Pangestuti, S. P. (2018). Analisis Dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Lele Dumbo Di Kelurahan Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis*, 7(1), 58–73. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v7i1.164>
- Badan Pusat Statistik Jember (2024). Kecamatan Ajung Dalam Angka. <Https://Jemberkab.bps.go.id>
- Busro, Dr. Muhammad. 2018. Teori-teori Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media
- David. (2006). Manajemen Strategis: Konsep dan kasus (10th ed.). Salemba Empat.
- Hakim,A.R. et al.(2021) Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Budidaya Ikan Lele di Dusun Cidahu Desa Batukaras Community Empoewrment Through Development Catfish Cultivation in Cidahu Hamlet, Batukaras Village West Java Pangandaran, 27 (November)
- Hasibuan, Malayu. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara
- Kementerian Kelautan dan Perikanan (2024). Statistik KKP Produksi Perikanan. <https://portaldata.kkp.go.id/datainsight/produksi-ikan-budidaya>
- Kustiani, A. (2021). Pengembangan Crackels (Crackers Tepung Lele Dan Kelor) Sumber Antioksidan Sebagai Alternatif Cemilan Ibu Hamil Di Masa Pandemi. PREPOTIF : Jurnal Kesehatan Masyarakat, 5(2), 1293–1296. <https://doi.org/10.31004/prepotif.v5i2.2464>
- Sari,I.Y.,Setyo,G.B.,Ibnuyasa,A,Oktaviani,Y.,Baptista,C.V.,&Permatasari,A.S.2021. Pengolahan Ikan lele Sebagai Nugget Untuk Membuka Peluang Usaha Masyarakat Selama Covid-19.Mitra Jurnal Pemberdayaan Masyarakat,5(2) 149-156. <https://ejournal atmajaya.ac.id/index.php/mitra/article/download/2712/1383>