

**Pendampingan Penyusunan Strategi Peningkatan Omset dan Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele di Desa Jemundo****Assistance in Formulating Strategies to Increase Turnover and Development of the Catfish Cultivation Business in Jemundo Village****Ratna Ekasari<sup>1</sup>, Moch. Anshori<sup>2</sup>, Dini Retnowati<sup>3</sup>, Ahmad Fatih Fudhla<sup>4</sup>, Asri Dwi Puspita<sup>5</sup>**<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Maarif Hasyim Latif, <sup>2,3,4,5</sup>Fakultas Teknik, Universitas Maarif Hasyim Latife-mail: <sup>1</sup>ratna\_ekasari@dosen.umaha.ac.id, <sup>2</sup>ansori@dosen.umaha.ac.id, <sup>3</sup>dini\_retnowati@dosen.umaha.ac.id, <sup>4</sup>fatih\_fudhla@dosen.umaha.ac.id, <sup>5</sup>

asripuspita85@dosen.umaha.ac.id

**Abstrak:** Budidaya pembesaran ikan lele sampai mencapai ukuran konsumsi merupakan salah satu usaha budidaya yang memiliki prospek pasar tinggi. Mengingat lele merupakan salah satu sumber protein yang disukai masyarakat dari berbagai kalangan usia. Peluang usaha pembesaran lele ini telah ditangkap dan dijalankan oleh beberapa warga di desa Jemundo, Kecamatan Taman Sidoarjo. Namun dalam perjalanan, usahanya masih mengalami beberapa kendala, mulai dari proses budidaya hingga pemasarannya. Oleh karena itu, pada program pengabdian masyarakat kali ini, akan dilakukan pendampingan terkait penyusunan strategi peningkatan omset dan pengembangan usaha pembesaran ikan lele. Analisis strategi akan dilakukan dengan melihat kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada dan nantinya akan membantu dalam penyusunan strategi utama untuk pemasaran usaha budidaya lele ini. Beberapa strategi berhasil dirumuskan mulai dari memperbanyak jumlah kolam untuk budidaya lele, menjalin kerjasama dengan penjual sayur, penjual ikan, mengoptimalkan promosi kepada konsumen secara langsung melalui pemasangan banner dilokasi ataupun media sosial serta membuat inovasi produk olahan lele seperti nugget lele atau lele siap goreng untuk meningkatkan nilai jual lele. Tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendampingan dalam penerapan strategi serta evaluasi dari strategi yang dijalankan. Diharapkan dengan adanya keberlanjutan maka usaha budidaya lele mitra semakin berkembang dan memberikan dampak positif bagi warga sekitar.

**Kata kunci:** budidaya, ikan lele, analisis strategi, SWOT, matriks IE

**Abstract:** Cultivating the enlargement of catfish until it reaches consumption size is one of the cultivation businesses with high market prospects. Considering that catfish is a source of protein that people of all ages prefer. The opportunity for this catfish enlargement business has been caught and run by several residents in Jemundo village, Taman, Sidoarjo. However, along the way, his business is still experiencing several obstacles, starting from cultivation to marketing. Therefore, in this community service program, assistance will be provided regarding preparing a strategy to increase turnover and develop a growing catfish business. Strategic analysis will be carried out by looking at the strengths, weaknesses, threats, and opportunities that exist and will later assist in preparing the primary strategy for marketing this catfish farming business. Several strategies have been successfully formulated; increasing the number of ponds for catfish farming, collaborating with vegetable and fish sellers, optimizing promotions directly to consumers through placing banners on locations or social media and innovating processed catfish products such as catfish nuggets or ready-to-fry catfish to increase the selling price of catfish. The subsequent follow-up to this community service activity is assistance in implementing the strategy and evaluating the strategy being implemented. It is hoped that with sustainability, the partner catfish farming business will develop and positively impact local residents.

**Keywords:** aquaculture, catfish, strategy analysis, SWOT, IE matrix.

## A. Pendahuluan

Menurut Supenti et al., (2022) permintaan masyarakat akan ikan lele mengalami peningkatan terus menerus. Hal ini menyebabkan produksi ikan lele juga mengalami peningkatan. Produksi ikan lele nasional selama sepuluh tahun terakhir rata-rata meningkat sebesar 130 ribu ton (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2022). Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan produksi ikan lele termasuk juga perubahan pandangan masyarakat yang semakin positif terhadap ikan lele. Ikan lele saat ini pun disukai dan dibutuhkan masyarakat dari berbagai kalangan usia sebagai sumber protein (Kustiani, 2021), sehingga budidaya ikan lele mempunyai peluang usaha yang menjanjikan (Saputra et al., 2022),

Peluang usaha yang menjanjikan ini harus dibarengi dengan suatu strategi pengembangan usaha dan pemasaran yang matang karena konsumen kini semakin selektif dalam memilih suatu produk (Nasution & Yoman, 2021; Rumkel et al., 2022), bahkan terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas (Igir et al., 2018). Peluang usaha yang menjanjikan ini perlu disertai dengan manajemen strategi usaha yang matang demi tercapainya serangkaian tujuan terutama sebagai tanggapan pengusaha dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah-ubah (Adriansyah & Pramono, 2019).

Permasalahan mengenai strategi ini juga dihadapi oleh mitra pengabdian kepada masyarakat yang berada di Desa Jemundo. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim, diperoleh informasi bahwa saat ini usaha telah berjalan cukup lama, sejumlah investasi baik berupa investasi aset tetap maupun bahan habis pakai telah dikeluarkan namun belum bisa memperoleh omset yang menjanjikan. Oleh karena itu, pada program pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan pendampingan untuk mengetahui akar masalah yang dihadapi serta akan dilakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada dan nantinya akan membantu dalam penyusunan strategi utama untuk pemasaran usaha budidaya lele ini. Diharapkan dengan adanya pendampingan ini dapat memberikan peningkatan pendapatan masyarakat khususnya mitra pengabdian budidaya lele desa Jemundo.

## B. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Jemundo dilaksanakan pada bulan Agustus 2022 bertempat dilokasi mitra petani budidaya lele di desa Jemundo, Taman Sidoarjo. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Kegiatan observasi awal meliputi:
  - a. Kegiatan survei tempat pengabdian masyarakat yaitu petani lele desa Jemundo yang telah dilaksanakan pada bulan Agustus 2022, sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Lokasi budidaya lele

- b. *Brainstorming* dengan mitra terkait kendala yang dihadapi  
Tahap ini menggambarkan proses *brainstorming* dengan mitra tentang hambatan yang dihadapi. Ini menunjukkan bahwa individu mitra bekerja bersama untuk memikirkan kesulitan yang mereka hadapi dan mendiskusikannya untuk menemukan solusi atau strategi potensial untuk mengatasi tantangan tersebut.
  - c. Pengumpulan data awal.  
Pengumpulan data awal adalah proses pengumpulan data pada awal proyek penelitian atau studi. Ini melibatkan identifikasi pertanyaan atau masalah penelitian, menentukan sumber data, dan mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau memecahkan masalah. Pengumpulan data awal merupakan langkah penting dalam proses penelitian karena membantu membangun landasan penelitian. Data yang dikumpulkan pada tahap ini akan digunakan untuk menginformasikan analisis dan interpretasi hasil, dan akan membantu membentuk kesimpulan penelitian secara keseluruhan.
2. Kegiatan inti meliputi:
- a. Pendampingan dalam menganalisis akar masalah yang dihadapi mitra.

Mitra didampingi bagaimana melakukan identifikasi akar penyebab masalah yang sering muncul. Titik berat pada tahapan ini, selain mengidentifikasi penyebab masalah yang saat ini tengah dihadapi, tapi juga mitra diajarkan bagaimana mensintesa akar masalah tersebut, sehingga mitra dapat melakukannya secara mandiri setelah kegiatan pendampingan ini berakhir.

- b. Pendampingan terkait analisis strategi pengembangan usaha mitra setelah teridentifikasi akar penyebab masalah, mitra kemudian didampingi untuk menyusun Langkah strategi bagaimana mengeliminir akar penyebab masalah tersebut yang terkait pengembangan usaha.
  - c. Pendampingan terkait analisis strategi pemasaran di bagian ini, dilakukan pendampingan sintesa dan aplikasi strategi pada mitra terkait perluasan dan pengintensifan aspek pasar dan pemasaran.
3. Penutupan
- a. Pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat  
Setelah semua tahapan dilalui, laporan disusun dengan rapi sehingga dapat digunakan sebagai benchmark untuk kegiatan pendampingan pada bidang usaha lainnya.

### **C. Hasil dan Pembahasan**

Setelah tahap penggalian dan pengumpulan data terkait permasalahan yang dihadapi mitra dengan melakukan observasi kondisi internal (kekuatan dan kelemahan mitra) serta observasi kondisi eksternal (peluang dan ancaman yang akan dihadapi mitra) dilakukan maka informasi mengenai kondisi internal dan eksternal mitra akan dijadikan sebagai bahan analisis dalam pembentukan matriks SWOT, dimana matriks ini akan bermanfaat dalam membantu menyusun strategi pengembangan usaha mitra ke depannya.

#### **1. Analisis Kondisi Internal**

##### **a. Harga**

Pembudidaya rata-rata memanen lele setahun 4 kali atau sekitar  $\pm 3$  bulan sekali, Pada saat ini, lele hasil budidaya mayoritas dibeli langsung oleh tengkulak (98%), sisanya dibeli langsung oleh konsumen yang merupakan warga desa Jemundo. Kisaran harga jual lele kepada tengkulak sebesar Rp.16.000 s/d Rp.18.000 per kg, sedangkan harga jual lele dipasar saat ini sebesar Rp. 22.000-Rp. 25.000. Harga jual yang ada ini, sesuai dan tidak berbeda jauh dengan harga jual pada umumnya, jadi bisa dikatakan harga jual lele hasil budidaya mitra mampu bersaing dipasaran.

##### **b. Tempat**

Lokasi tempat budidaya lele ini, berada di pekarangan belakang rumah dan dekat dengan warung kopi yang juga dikelola mitra, yang berada di halaman depan rumah. Jadi bisa dikatakan bahwa lokasi budidaya pembesaran lele ini, berada di area pemukiman padat penduduk. Tantangan terbesar yang dihadapi adalah bagaimana menjaga supaya kolam lele tidak menimbulkan polusi bau, karena saat ini beberapa kali masyarakat ataupun pelanggan warung kopi mengeluh terkait bau yang berasal dari kolam lele. Untuk ukuran luas pekarangan saat ini sebesar 64 m<sup>2</sup> dan berisi 3

kolam lele. Dari luas lahan yang ada saat ini sebenarnya masih memungkinkan untuk bisa menambah kolam lele hingga 3x lipat. Namun karena kurang baiknya dalam pencatatan maupun pengelolaan aliran *cashflow* usaha, maka penambahan kolam sampai saat ini belum menjadi prioritas utama. Lokasi budidaya yang berada di Desa Jemundo sebenarnya merupakan lokasi yang strategis, berada dikawasan padat penduduk, dekat juga dengan area pasar baik itu pasar Sukodono maupun pasar Agro membuat peluang pasar penjualan lele terbuka lebar.

c. Promosi

Promosi yang sudah dilakukan oleh mitra sejauh ini masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Tengkulak yang datang juga merupakan kenalan lama, belum ada pelanggan baru yang datang. Bahkan banner ataupun spanduk yang menunjukkan adanya usaha budidaya lele pun belum ada, padahal lokasi budidaya berada di pinggir jalan tembus yang menghubungkan banyak desa, sehingga pemakai jalan yang lewat juga mayoritas tidak tahu jika ada usaha budidaya lele disana. Para pelanggan warung kopi yang sudah lama mayoritas mengetahui adanya usaha ini dibelakang rumah, namun pelanggan baru jarang ada yang mengetahuinya.

d. Sumber Daya Manusia

Tenaga Kerja merupakan bagian terpenting dalam perusahaan karena dengan adanya tenaga kerja, jasa ataupun produk mampu diwujudkan dan diproduksi (Sentosa & Trianti, 2019). Saat ini, usaha budidaya pembesaran lele ini masih dikelola oleh 3 orang saja yang membantu dalam pengelolaan kolam dan penjualan lele. Keterbatasan waktu dan tenaga ini juga menjadi kelemahan bagi usaha budidaya ini. Dari informasi harga jual lele ke tengkulak dan harga jual lele di pasar yang dikemukakan diatas, ada selisih harga yang cukup signifikan. Apabila lele dijual langsung di pasar, keuntungan yang diperoleh akan jauh lebih besar. Namun, dipasar pun tentunya sudah banyak penjual-penjual lele yang ada. Dengan kondisi penjualan yang telah berlangsung saat ini, margin keuntungan yang diperoleh mitra sebesar 10%. Margin keuntungan ini dirasa masih kecil oleh mitra, terutama terkait dengan perputaran dana untuk pengembangan usahanya. Penjualan langsung dan ditunggu sendiri di pasar dengan volume besar memang membutuhkan usaha lebih. Hasil sekali panen tidak dapat langsung dalam satu hari dapat terjual langsung. Terdapat risiko tidak dapat terserap cepat ini juga menjadi pertimbangan tersendiri.

## 2. Analisis Kondisi Eksternal

a. Sosial, Ekonomi, Budaya dan Demografi

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS kabupaten Sidoarjo, diantara kecamatan yang ada di Sidorjo, kecamatan Taman merupakan kecamatan dengan jumlah populasi penduduk terbesar pada tahun 2020 yaitu sebesar 207.815 penduduk. Jumlah penduduk yang besar ini merupakan potensi pasar bagi penjualan produk hasil budidaya lele. Namun di sisi lain, akibat terjadinya pandemi COVID-19 tingkat kemiskinan di Sidoarjo mengalami kenaikan sebesar 0,27% dan pengeluaran per

kapita juga mengalami penurunan sebesar 1,03% yang diakibatkan karena penghasilan masyarakat menurun hingga akhirnya daya beli masyarakat juga turun.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, di sekitar lokasi budidaya lele, banyak terdapat rumah kos yang sebagian besar dihuni oleh keluarga muda. Hal ini, membuka peluang untuk memberdayakan para keluarga muda tersebut terutama ibu rumah tangganya. Karena sebagian besar ibu rumah tangga tersebut membutuhkan pekerjaan yang bisa dikerjakan dari rumah sambil menjaga anak-anak.

b. Kekuatan tawar pemasok

Usaha budidaya lele ini, merupakan usaha pembesaran lele hingga menjadi ukuran layak konsumsi, sehingga untuk memperoleh bibit lele jenis sangkuriang, mitra membeli dari pemasok bibit lele yang ada di daerah Sukodono. Selama ini, mitra tidak pernah berganti ke pemasok lain untuk menjaga kualitas bibit ikan lele. Terkait dengan harga beli bibit juga berada dalam kondisi yang stabil, begitu juga harga beli pakan lele. Pakan pellet lele walaupun stabil ketika salah dalam pengaturan pemberian pakan akan menyebabkan turunnya produktivitas. Maggot dapat menjadi alternatif yang murah dalam substitusi pakan lele pabrikan. (Faridah & Cahyono, 2020).

c. Kekuatan tawar konsumen

Komoditas perikanan air tawar dipasaran cukup banyak selain lele ada juga pilihan ikan air tawar lain seperti nila, mujair, gurami dan patin. Ketersediaan ikan-ikan air tawar ini di cukup mudah diperoleh, karena masa panen yang kontinyu. Selain itu, jika dilihat dari lokasi tempat budidaya lele mitra yang dekat dengan wilayah pasar puspa agro dan pasar Sukodono, maka konsumen juga memiliki banyak pilihan tempat pembelian ikan air tawar termasuk lele. Belum lagi, wilayah kecamatan Taman khususnya desa Jemundo yang termasuk berada di kawasan pemukiman padat penduduk dan juga di daerah industri, dimana masyarakatnya juga sebagian menyukai gaya hidup praktis dan instan, sehingga tingkat pembelian terhadap produk-produk frozen food ataupun siap olah juga cukup tinggi.

d. Munculnya pendatang baru

Apabila dibandingkan dengan ikan jenis lain, ikan lele memiliki keunggulan dalam hal pemeliharaan ikan. Ikan lele mampu bertahan dalam kondisi air yang kurang baik, pertumbuhannya cepat dan dapat dipelihara di berbagai jenis wadah budidaya. Kemudahan dalam memelihara lele ini tentunya membuka peluang cukup besar bagi pembudidaya baru. Belum lagi semakin banyaknya produk-produk lauk siap olah dipasaran, bahkan untuk lele sendiri juga sudah ada produk lele siap goreng yang dijual dipasaran. Tentunya ini, menjadikan usaha budidaya lele mitra, harus siap berinovasi demi pengembangan usahanya.

Tahapan berikutnya yang dilakukan oleh tim PkM dan mitra adalah berdiskusi untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor strategis internal dan eksternal berpengaruh terhadap usaha budidaya lele. Berdasarkan pada hasil diskusi (sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2), pembobotan mengenai kriteria mana yang paling penting dari faktor internal dan eksternal dan pengolahan data maka diperoleh hasil penilaian sebagai berikut:

- a. Hasil analisis matriks IFE menghasilkan total nilai tertimbang sebesar 2,5. Total nilai tertimbang IFE ini menunjukkan bahwa usaha budidaya lele ini memiliki nilai rata-rata dalam kekuatan internal keseluruhannya
- b. Hasil analisis Matriks EFE yang dilakukan menghasilkan nilai tertimbang keseluruhan sebesar 2,5. Nilai ini berada pada rata-rata suatu organisasi, sehingga dapat dikatakan bahwa strategi usaha budidaya lele yang telah dilakukan selama ini masih belum maksimal memanfaatkan peluang yang ada dan belum menghindari ancaman eksternal yang muncul.



Gambar 2. Proses Diskusi Analisis SWOT dan Analisis Matrix IE

### 3. Analisis SWOT

Analisis Matriks SWOT disusun berdasarkan identifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal usaha budidaya lele. Analisis Matrik SWOT yang dilakukan menghasilkan delapan macam strategi yang dikelompokkan dalam empat sel, yaitu Strategi S-O, Strategi S-T, Strategi W-O dan Strategi W-T (Yaqin, 2021). Berikut ini adalah hasil analisis matriks SWOT.

Tabel 1. Analisis SWOT

<p><b>FAKTOR INTERNAL</b></p> <p style="text-align: right;">/</p> <p><b>FAKTOR EKSTERNAL</b></p>	<p><b><u>STRENGTHS (S)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis</li> <li>2. Harga jual</li> <li>3. Lahan yang masih luas</li> </ol>	<p><b><u>WEAKNESSES (W)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Polusi bau dari kolam lele</li> <li>2. Kurangnya kemampuan pengelolaan finansial</li> <li>3. Promosi yang belum maksimal</li> </ol>
<p><b><u>OPPORTUNITIES (O)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gaya hidup masyarakat</li> <li>2. Loyalitas pemasok</li> <li>3. Pangsa pasar luas</li> <li>4. Banyak calon tenaga kerja paruh waktu</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGIS-O</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbanyak jumlah kolam untuk budidaya lele (S3, O2, O3,O4).</li> <li>2. Menjalin kerjasama dengan penjual sayur, penjual ikan (S1, S2, O2, O3)</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI W-O</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Melakukan pergantian air kolam secara periodik (W1, W4)</li> <li>2.Mengoptimalkan promosi kepada konsumen secara langsung melalui pemasangan banner dilokasi ataupun media sosial (W3, O1, O3, O4)</li> <li>3.Melakukan pencatatan cashflow keuangan dengan menggunakan aplikasi yang tersedia di playstore (W3,Os4)</li> </ol>
<p><b><u>THREATS (T)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turunnya daya beli masyarakat</li> <li>2. Kekuatan tawar konsumen tinggi</li> <li>3. Mudah muncul pesaing baru</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGIS-T</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat inovasi produk olahan lele seperti nugget lele atau lele siap goreng dsbnya untuk meningkatkan nilai jual lele (S1,S2,T2,T3)</li> <li>2. Menjaga hubungan baik dengan para pembeli seperti melakukan promo atau diskon. (S2, T3).</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI W-T</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menjaga kualitas pakan yang diberikan supaya kualitas produk tetap terjaga dengan baik (W1, T1).</li> <li>2.Melakukan promosi melalui media sosial terkait kualitas produk lele maupun olahannya (W3,T2,T3)</li> </ol>

Dari sembilan alternatif diatas yang muncul dapat dipertajam lagi untuk mengetahui strategi apa yang diambil melalui analisis matriks internal eksternal.

#### 4. Analisis Matrik *Internal External* (IE)

Analisis Matriks IE digunakan untuk mengetahui posisi usaha saat ini. Matriks IE didasarkan pada nilai tertimbang yang diperoleh pada matriks IFE dan EFE. Nilai tertimbang sebesar 2,5 diperoleh dari matriks IFE, sedangkan matriks EFE menghasilkan nilai tertimbang sebesar 2,5. Melalui nilai tertimbang dalam matriks IFE dan EFE, maka dapat digambarkan posisi usaha budidaya lele dalam matriks IE dibawah ini.

		TOTAL NILAI TERTIMBANG IFE (2,5)		
		Kuat 3,0	Rata-rata 2,0 - 2,9	Lemah 1,0 - 1,99
TOTAL NILAI TERTIMBAN G EFE (2,5)	Tinggi 3,0 - 4,0	I	II	III
	Rata-rata 2,0 - 2,9	IV	Usaha budidaya lele	VI
	Rendah 1,0 - 1,99	VII	VIII	IX

Gambar 3. Matriks IE

Hasil analisis matriks IE diatas menunjukkan posisi usaha budidaya lele terletak pada sel V (Pertahankan dan pelihara). Strategi yang tepat dalam kuadran ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Berdasarkan hasil analisis lanjutan melalui matriks IE maka strategi yang tertera pada matriks SWOT dikerucutkan sesuai dengan hasil dari matriks IE yang mengarah pada strategi pertahankan dan pelihara (penetrasi pasar dan pengembangan produk). Strategi yang dapat diterapkan pada usaha budidaya lele mitra adalah sbb :

1. Memperbanyak jumlah kolam untuk budidaya lele
2. Menjalin kerjasama dengan penjual sayur, penjual ikan
3. Mengoptimalkan promosi kepada konsumen secara langsung melalui pemasangan banner dilokasi ataupun media sosial
4. Membuat inovasi produk olahan lele seperti nugget lele atau lele siap goreng dsbnya untuk meningkatkan nilai jual lele

#### D. Simpulan

Dari hasil pendampingan yang telah dilakukan di UKM budidaya lele didapatkan kesimpulan bahwa masih belum optimalnya pemilik UKM dalam menjalankan usahanya dikarenakan masih terdapat kelemahan dan keterbatasan pada aspek-aspek tertentu dan strategi usaha yang telah dijalankan selama ini. Oleh karena berdasarkan hasil dari proses pendampingan dan diskusi antara pihak mitra dengan pihak tim PkM diperoleh strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan sebagai berikut:

1. Memperbanyak jumlah kolam untuk budidaya lele
2. Menjalin kerjasama dengan penjual sayur, penjual ikan
3. Mengoptimalkan promosi kepada konsumen secara langsung melalui pemasangan banner dilokasi ataupun media sosial

4. Membuat inovasi produk olahan lele seperti nugget lele atau lele siap goreng dsbnya untuk meningkatkan nilai jual lele

Dari kerjasama dan kunjungan yang telah dilakukan di UKM mitra budidaya lele diberikan saran berupa perlunya kerjasama tindak lanjut yang lebih intensif terkait dengan penerapan dan evaluasi strategi-strategi yang telah ditetapkan dengan harapan usaha budidaya lele mitra bisa semakin berkembang dan memberikan dampak positif serta peluang kerja bagi masyarakat sekitar lokasi usaha

### Daftar Rujukan

- Adriansyah, G., & Pramono, A. (2019). Perencanaan strategi PT. X dengan pendekatan manajemen strategi. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 2(1), 37–42.
- Faridah, F., & Cahyono, P. (2020). Pelatihan Budidaya Magot sebagai Alternative Pakan Ternak di Desa Baturono Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 36. <https://doi.org/10.30736/jab.v2i01.36>
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(002).
- Kementrian Kelautan dan Perikanan. (2022). *Statistik KKP Produksi Perikanan*. <https://statistik.kkp.go.id/home.php?m=total&i=2#panel-footer>
- 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>
- Nasution, A., & Yoman, C. (2021). Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Pupuk pada PT.XYZ. *Journal Of Industrial And Manufacture Engineering*, 5(1), 72–81. <https://doi.org/10.31289/jime.v5i1.4734>
- Rumkel, M., Nanlohy, H., & Saiful, S. (2022). Strategi Peningkatan Usaha Rumah Tangga Perikanan Hand Line Di Negeri Hukurila Kecamatan Leitimur Selatan. *PAPALELE (Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan Dan Kelautan)*, 6(1), 47–56. <https://doi.org/10.30598/papalele.2022.6.1.47>
- Saputra, L. B., Widodo, Moch. W., & Meilina, R. (2022). Analisis Finansial Usaha Pembesaran Ikan Lele Pokdakan Sumber Rejeki Kabupaten Kediri. *Creative Research Management Journal*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i1.2706>
- Sentosa, E., & Trianti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi Dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk Pada Pt Delta Surya Energy Di Bekasi. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2). <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.506>
- Supenti, L., Suhwardan, H., Yuniarti, T., Arimukti, K. D., & Setiarto, R. H. B. (2022). Identifikasi Permasalahan dan Strategi Pengolahan Ikan Lele pada UKM Pengolah

Ikan di Kabupaten Bogor. *Prosiding Seminar Nasional Perikanan Indonesia*, 191.  
<https://doi.org/10.15578/psnp.11942>

Yaqin, A. A. (2021). Analisis Swot Dalam Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Rumahan Di Ud. Sumber Abadi Tanggulangin. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 4(2), 81–87.