



ON THE JOB TRAINING BISNIS PERIKANAN UNTUK KALANGAN MAHASISWA, USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM), DAN MASYARAKAT UMUM DALAM RANGKA PEMULIHAN PEREKONOMIAN

Oleh

Oryza Sativa heningtyas¹, Hasri Nirmala²

Fakultas Ekonomi, Program Studi akuntansi, Universitas Darma Persada, Jakarta

E-mail: [1Heningtyas302@gmail.com](mailto:Heningtyas302@gmail.com), [2nirmala.hasri@gmail.com](mailto:nirmala.hasri@gmail.com)**Article History:***Received: 11-11-2021**Revised: 13-12-2021**Accepted: 21-12-2021***Keywords:***On The Job Training,
Budidaya perikanan,
Pemulihan Perekonomian*

Abstract: *Kegiatan On The Job Training bisnis perikanan ini dilatarbelakangi oleh merebaknya wabah covid-19 hingga berdampak pada menurunnya taraf perekonomian masyarakat. Hal tersebut memicu antusiasme tim pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan edukasi serta pendampingan bagi mahasiswa dan UMKM di sekitar Jakarta timur untuk dapat mengembangkan serta meningkatkan perekonomian. Kami melakukan pendampingan secara luring selama 10 bulan pada UMKM Sirabad Lele untuk mengembangkan bisnis budidaya ikan lele di waduk rawa situ badung dan kegiatan webinar kewirausahaan secara daring untuk mahasiswa dan masyarakat umum. Jenis ikan yang dibudidayakan adalah jenis ikan lele Sangkuriang. Serta pengembangan produk yang dihasilkan adalah karak lele dan bakso goreng lele. Kegiatan ini dilaksanakan secara luring dan daring. Capaian dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan laba bersih sebesar 650% selama kurun waktu 5 bulan pendampingan, pengembangan produk, serta peningkatan pengetahuan dan minat berwirausaha.*

PENDAHULUAN

Merebaknya wabah covid-19 berdampak pada penurunan taraf perekonomian masyarakat. Kementerian Ketenagakerjaan (Kemenaker) mencatat sebanyak 29,4 juta orang terdampak pandemi covid-19. Jumlah tersebut termasuk mereka yang merupakan korban Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), dirumahkan tanpa upah, hingga pengurangan jam kerja hingga upah. Kondisi tersebut melatarbelakangi tim pengabdian masyarakat kami untuk melakukan kegiatan *On The Job Training* untuk memberikan edukasi serta pendampingan bagi mahasiswa dan UMKM sekitar Jakarta timur untuk dapat mengembangkan serta meningkatkan perekonomian bagi warga sekitar. Langkah yang kami ambil yaitu dengan melakukan pendampingan kegiatan budidaya ikan lele di waduk rawa situ badung dan webinar wirausaha di bidang perikanan. Produk yang ditawarkan adalah Ikan lele Sangkuriang. Jenis ikan yang dibudidayakan adalah jenis ikan lele Sangkuriang. Serta pengembangan produk yang dihasilkan adalah karak lele dan bakso goreng lele.

Secara umum ikan lele Sangkuriang dikenal sebagai ikan berkumis atau *catfish*, tubuh ikan lele Sangkuriang ini berlendir dan tidak bersisik serta memiliki mulut yang



relative lebar yakni seperempat dari panjang total tubuhnya. Ciri khas lain adalah adanya empat pasang sungut yang terletak disekamir mulutnya. Ikan lele Sangkuriang merupakan komoditas unggulan air tawar dalam rangka pemenuhan gizi masyarakat yang mudah dibudidaya dengan harga terjangkau, sehingga dapat dinikmati oleh lapisan masyarakat bawah.

Produk ikan lele yang kami budidayakan memiliki keunggulan sebagai berikut :

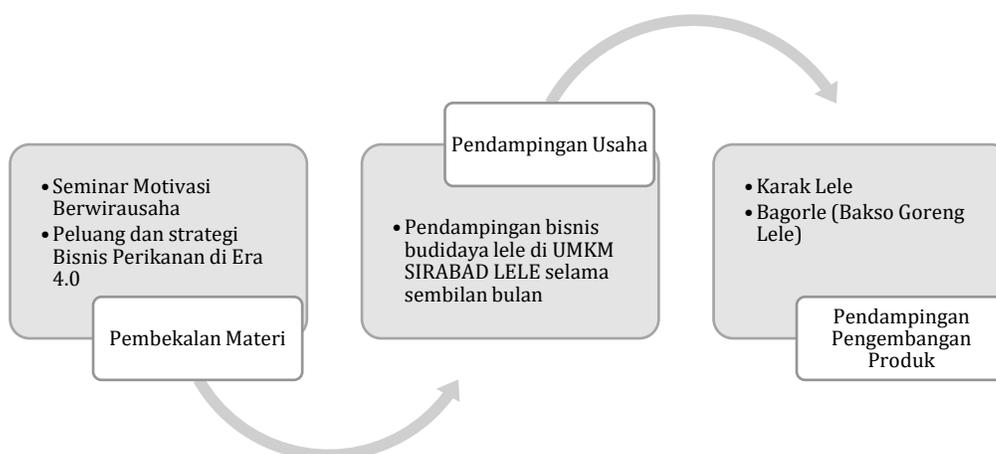
1. Lokasi pembudidayannya berada di danau, sehingga hasil ikan lele akan lebih maksimal dan higienis. Serta dalam pemberian pakan, kami menggunakan pellet dengan kualitas terbaik dan beberapa tambahan vitamin untuk pakan ikan.
2. Kualitas daging ikan lele kami lebih unggul di dibandingkan dengan lele ternak di kolam, karena lokasi pembudidaya di danau memiliki sirkulasi air yang lebih baik, sehingga akan tetap terjaga dari segi kepadatan daging dan nutrisinya.
3. Terdapat kandungan omega 3 dan minim kandungan lemak, sehingga tidak perlu khawatir mengenai nutrisi pada saat mengonsumsi ikan lele hasil produksi kami.
4. Pelanggan yang ditargetkan adalah pedagang pengumpul dari Pondok Kopi, Buaran, Penggilingan, dan sekamir daerah Rawabadung. Pelanggan tersebut berada di lokasi yang tidak terlalu jauh, sehingga dapat menghindari ikan mati ketika diperjalanan.

Adapun tujuan mulia dalam kegiatan ini adalah:

1. Menstabilkan perekonomian keluarga;
2. Membantu warga sekamir yang terkena dampak PHK dari perusahaan akibat covid 19 dengan cara membantu atau dilibatkan dalam pengelolaan budidaya ikan lele;
3. Menjaga kelestarian lingkungan perairan danau.

METODE

Metode pendekatan yang akan dilakukan dalam memecahkan persoalan di UMKM perlu diprioritaskan *On The Job Training* (OJT) adalah melatih seseorang untuk mempelajari pekerjaan sambil mengerjakannya. Pengelola memperoleh pelatihan, sehingga dapat memperoleh umpan balik secara langsung dari pelatihnya (Handoko, 1989).



Gambar 1. Siklus Pelaksanaan *On The Job Training* (OJT)

Keuntungan dari metode ini adalah relatif tidak mahal, peserta pelatihan bisa belajar sambil tetap menjalankan proses produksi dan tidak memerlukan ruangan khusus. Contoh



materi *on the job training* yaitu menerapkan materi yang telah diajarkan lalu Tim memberikan pendampingan dalam usaha bisnis.

HASIL

Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama 10 bulan yaitu terhitung dari bulan maret 2021 sampai dengan desember 2021 Tempat Kegiatan dilaksanakan di UMKM Sirabad Lele, Gg. App 2 No.50, RW.8, Jatinegara, Kec. Cakung, Kota Jakarta. Kegiatan ini dilaksanakan dengan sesi tatap muka (diskusi di lokasi karamba) dan sesi *online* yaitu dengan melakukan webinar melalui aplikasi *Zoom*.

Kegiatan edukasi dan pendampingan yang kami laksanakan memberikan manfaat bagi peserta dalam penguasaan bisnis budidaya ikan lele, khususnya dapat membantu para pelaku UMKM untuk berkembang sehingga dapat mempekerjakan masyarakat seitar yang terdampak PHK/tidak memiliki pekerjaan di masa pandemi. Dengan adanya kegiatan edukasi dan pendampingan oleh tim dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran, pengelolaan ikan, pencatatan keuangan dan pengembangan usaha.

1. Deskripsi Produk

a. Lele Sangkuriang

ikan lele Sangkuriang dikenal sebagai ikan berkumis atau *catfish*, tubuh ikan lele Sangkuriang ini berlendir dan tidak bersisik serta memiliki mulut yang relative lebar yakni seperempat dari panjang total tubuhnya. Ciri khas lain adalah adanya empat pasang sungut yang terletak disekamir mulutnya. Ikan lele Sangkuriang merupakan komoditas unggulan air tawar dalam rangka pemenuhan gizi masyarakat yang mudah dibudidaya dengan harga terjangkau, sehingga dapat dinikmati oleh lapisan masyarakat bawah.

b. Karak lele

Karak lele merupakan makanan yang berbahan baku nasi/beras dengan lele. Adapun perbedaan karak kami dengan produk karak lain adalah karak lele pemudi menggunakan campuran daging lele kualitas unggul yang telah dibumbui dan dikukus. Lalu dalam proses pembuatan karak lele kami menambahkan bumbu-bumbu khas sehingga rasa karak lele pemudi memiliki citarasa khas yang berbeda dibandingkan dengan pruduk karak lain.

2. Pengembangan Produk

a. Penambahan jumlah karamba

Awal mula usaha budidaya lele ini hanya memiliki 2 (dua) karamba yang berlokasi di Waduk Rawa Situ Badung. Seiring dengan pendanaan dari Dikti kami dapat mengembangkan usaha kami hingga memiliki 6 (enam) karamba. Selain itu, kami tidak hanya memanen hasil lele dari bibit kecil. Namun, kami sudah mulai menjadi penadah bagi para petani lele yang ingin menjual lele dewasa (namun belum siap panen). Hal ini sangat menguntungkan kami karena kami tidak memerlukan waktu yang lama untuk memanen dan cukup memelihara dalam jangka waktu yang singkat.

b. Pengembangan produk baru

Usaha kami telah memiliki pengembangan produk yaitu karak lele. Pada mulanya, karak lele ini sudah kami pasarkan sebelum menerima dana hibah namun pada

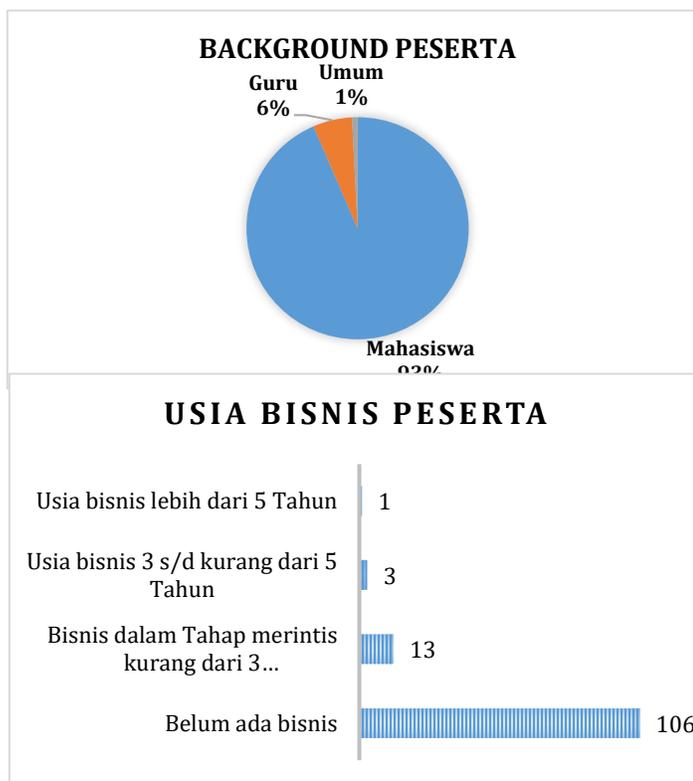


saat itu kami belum memproduksi secara banyak karena keterbatasan modal. Setelah adaya dana hibah kami mencoba menyisihkan anggaran tersendiri untuk produksi karak lele dan mencoba beberapa strategi pemasaran seperti: promosi ke keluarga, tetangga, dosen hingga menjadikan karak lele sebagai icon UNSADA.

3. Deskripsi Operasional Usaha yang Telah Berjalan

Adapun Proses bisnis yang dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Pertama kami membuat keramba/jaring tempat pembesaran ikan lele yang terbuat dari waring yang kami jahitkan sesuai dengan ukuran keramba yang akan dipergunakan, setelah siap waring kami rendam dulu di air sekamir 2-3 hari agar terlapisi oleh lumut. Kemudian setelah itu kami membeli bibit ikan lele dengan ukuran yang kami inginkan. Setelah kami dapat bibit sesuai yang kami inginkan maka bibit ikan lele tersebut segera kami tebar di keramba yang sudah dipersiapkan, penebaran bibit dilakukan dengan hati-hati agar bibit ikan lele tidak stress dan banyak yang mati.
- b. Setelah itu kami memberikan pakan sesuai dengan ukuran bibit yang kami tebar dengan pola 9-3-9 yang artinya dalam sehari kami kasih pakan sebanyak 3(tiga) kali yaitu pemberian pakan pertama jam 9 pagi, kemudian kedua di jam 3 sore, dan ketiga di jam 9 malam. Pola tersebut kami harus lakukan dengan rutin agar mendapatkan hasil yang maksimal. Semakin besar ukuran ikan maka pakan pun juga berubah mengikuti ukuran ikan, untuk ikan kecil kami gunakan pellet kecil seperti PF 1000 atau ukuran min 1, yang artinya pakan kami sesuaikan besarnya mulut ikan, setelah beranjak gede atau istilah yang sering disebut adalah lele ukuran LBG (lele baru gede) maka pellet yang digunakan adalah ukuran min 2 (diameter pellet 2 mm). Setelah ikan lele RMJ (remaja ukuran panjang badan ikan sekamir 15-20 Cm) maka pakan bisa kami berikan yang lebih besar ukurannya yaitu min 3 atau polos sampai dengan ukuran konsumsi.
- c. Selama durasi pembesaran dari bibit menjadi ikan lele konsumsi sangat diperlukan kegiatan penyortiran dengan tujuan untuk meyeragamkan ukuran ikan, dikarenakan ikan lele bersifat KANIBAL maka perlu dipisahkan antara ikan ukuran kecil dan yang besar. Penyortiran kami lakukan per dua minggu sekali agar hasil lebih maksimal, dikarenakan pertumbuhan ikan lele tidak selalu sama atau berbarengan.
- d. Untuk bibit ikan lele ukuran 5-6 cm diperlukan waktu sekamir 3-4 bulan untuk bisa menjadi ikan lele konsumsi, selama durasi pembesaran maka hal hal diatas harus benar benar diperhatikan agar setelah tiba masa panen dimana ikan lele sudah rata rata siap konsumsi maka kami akan mendapatkan hasil panen yang maksimal.
- e. Untuk mengetahui apa ciri ikan lele kami siap panen ? maka kami harus melakukan sampling terlebih dahulu yaitu dengan cara kami timbang, apabila dalam satu kilogram berisi 7-8 ekor maka ikan lele sudah siap dijual.

**Gambar 2.**
Profesi Peserta**Background**
Webinar**Gambar 3. Usia Bisnis Peserta**

Kegiatan seminar secara daring diikuti oleh 123 peserta. Sebagian besar peserta adalah mahasiswa yang memiliki antusias menjadi wirausaha. Kegiatan webinar diawali dengan paparan materi motivasi berwirausaha. Dalam materi tersebut dijelaskan 7 etos bisnis yang harus dipahami oleh pelaku bisnis agar tidak mengalami kesalahan. Selanjutnya, materi ke dua menjelaskan tentang peluang bisnis perikanan di era 4.0. sedangkan paparan materi ketiga menjelaskan strategi atau teknik bisnis perikanan dengan media bioflog dan bisnis ikan hias. Selama kegiatan berlangsung para peserta terlihat begitu antusias. Moderator menerima 9 sesi pertanyaan dan direspon langsung oleh masing-masing pembicara. Adapun pertanyaan yang disampaikan berkaitan dengan teknik pembukuan, strategi menghadapi lawan bisnis, teknik menjaga kestabilan keuangan serta pertanyaan terkait cara dan peluang memelihara ikan lele dan ikan hias. Berikut adalah *Time Mapping* capaian kegiatan kami:

Tabel 1. Capaian Kegiatan

Waktu	Capaian Kegiatan
Maret – juni	Evaluasi kondisi karamba, penentuan startegi pegelolaan budidaya ikan yang akan diterapkan, penerapan startegi marketing 3P. (<i>Price, product, place, promotion</i>)
Juli – September	Pembukaan karamba baru untuk menampung ikan dewasa (penggemukan).



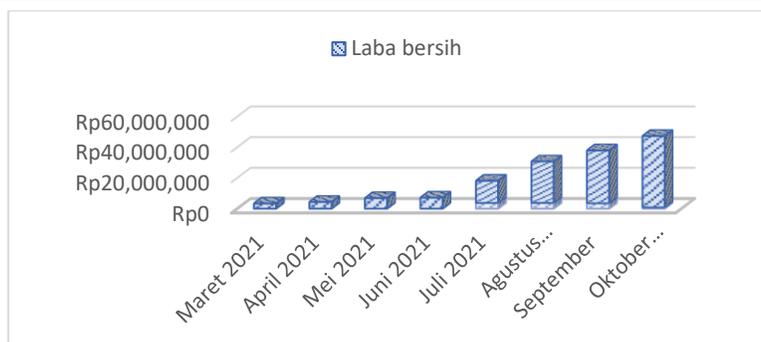
	Pembukaan karamba yang dilakukan yaitu sebanyak 4 karamba yang dilakukan secara bertahap. Fungsi dari pembukaan karamba ini adalah untuk meningkatkan hasil produksi.
Oktober – November	Pemasaran karak lele dan pembuatan produk olahan baru yaitu BAGORLE (Bakso Goreng Lele)
9 Desember 2021	Pelaksanaan Webinar Kewirausahaan Budidaya Ikan Lele dengan pembicara: <ol style="list-style-type: none"> 1. Oryza Sativa H, SE., M.Ak : Motivasi Berwirausaha 2. Andi Dyna Riana, S.PI., M.Si. : Prinsip Bisnis dalam Memulai Usaha Budidaya Perikanan. 2. Jaya, S.Pi., M., S.i. : Peluang dan Strategi Budidaya Ikan Lele
Desember 2021	Pengawasan Perkembangan Bisnis.

DISKUSI

Selama proses bisnis berlangsung tantangan yang kami hadapi adalah terdapat banyak bibit lele yang mati setelah diambil dari pembibit dan dimasukkan ke karamba. Berdasarkan hasil analisa kami, bibit ikan mengalami stress dan kekurangan oksigen sehingga memiliki potensi besar untuk mati sebelum atau setelah dipindahkan ke karamba. Adapun solusi yang kami tempuh adalah lebih selektif dalam penilaian atau penilihan bibit dan lebih berhati-hati saat proses pengambilan, pengiriman hingga pemindahan bibit.

Banyak lele siap panen (dewasa) mati karena cuaca ekstrim. Sejak UMKM Sirabad Lele berdiri yaitu sekitar dua tahun, UMKM Sirabat Lele mengakui setiap satu tahun mengalami gagal panen dikarenakan kematian ikan dalam jumlah besar. Dari hasil evaluasi dan diskusi kami dengan para ahli dibidang perikanan memang betul bahwa kondisi pancaroba atau pergantian musim dari musim hujan ke musim panas memungkinkan ikan mengalami penurunan kesehatan karena terik panas matahari. Sehingga banyak ikan yang mati bahkan berjumlah ratusan ekor per hari. Adapun solusi yang kami tempuh adalah memberikan banyak tanaman eceng gondok atau *Eichhornia Crassipes* sebagai tempat berteduh sekaligus untuk memperbaiki kualitas air dan kadar oksigen. Kami juga berupaya memberikan vitamin dan jamu tradisional yang kami ramu secara khusus untuk meningkatkan daya tahan ikan.

Resiko jarring jebol karena adanya hewan liar seperti biawak. Karena UMKM Sirabat Lele berlokasi di danau, sehingga besar kemungkinan jarring kami diserang oleh hewan liar salah satunya adalah hewan Biawak atau *Varanus Salvator*. Adapun solusi yang kami tempuh adalah kami rutin melakukan control pada area karamba. Selanjutnya Dalam proses produksi karak lele resiko karak menjamur sebelum kering karena minimnya sinar matahari selama proses penjemuran. Solusi yang kami tempuh adalah membuat *stock* atau persediaan yang cukup sebelum musim hujan tiba.



Gambar 4. Grafik Laba Rugi UMKM Sirabat lele

Selama proses pendampingan, UMKM Sirabat Lele memperoleh peningkatan jumlah laba bersih yang cukup signifikan. Dari bulan maret 2021 sampai dengan bulan juni 2021 UMKM Sirabat lele mengalami peningkatan 213%. Sedangkan bulan juni 2021 hingga Oktober 2021 mengalami peningkatan sebesar 650%. Kami juga telah berhasil membantu UMKM Sirabat Lele untuk memperoleh dana hibah dari Dikti sebesar Rp 13.000.000. dana hibah tersebut mulai kami gunakan untuk perluasan usaha dibulan juli hingga oktober 2021.

Dokumentasi Kegiatan

1. Bukti Proses Kegiatan OJT



Gambar 5. Proses Sortir lele



Gambar 6. Proses Penimbangan Lele



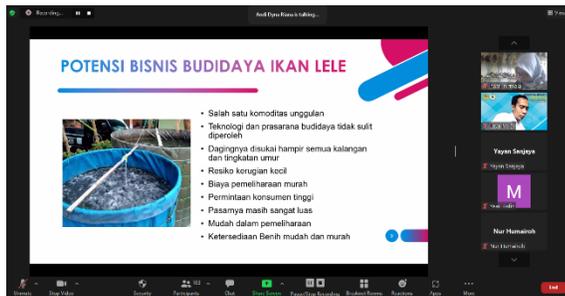
Gambar 7. Proses Produksi karak lele



Gambar 8. Produk karak lele



Gambar 9. Proses Pemberian pakan di karamba



Gambar 10. Dokumentasi Webinar



Gambar 11. Dokumentasi Webinar



Gambar 12. Dokumentasi Webinar

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah kami laksanakan adapun kesimpulan yang dapat kami sampaikan adalah:

1. Salah satu kegiatan yang dapat membantu mengurangi penurunan ekonomi di masa pandemi covid-19 adalah dengan memperbanyak masyarakat mulai bangkit dengan menciptakan peluang usaha dengan berwirausaha.
2. Manfaat yang dapat diterima oleh peserta webinar adalah peserta mendapatkan gambaran langkah – langkah yang harus diambil ketika memulai berbisnis, serta sharing secara mendalam terkait praktik pencatatan keuangan, sgrategi mengelola keuangan dan strategi berbisnis di bidang epikanan.
3. Sebelum pembicara menjelaskan materi peluang usaha budidaya ikan di era 4.0, peserta mengakui bahwa mereka tidak ada ketertarikan usaha dibidang perikanan. Namun, setelah para pemateri menyampaikan peluang, tantangan dan strategi bisnis di bidang perikanan para peserta begitu antusias untuk memulai bisnis. Khususnya bisnis ikan dengan metode bioflog dan bisnis ikan hias.
4. Selama proses pendampingan UMKM Sirabad Lele dapat disimpulkan bahwa dalam siklus satu tahun ikan lele akan mengalami proses adaptasi cuaca dari eprubahan cuara hujan ke kemarau. Kondisi tersebut mengakibatkan banyak ikan yang *stress* dan akhirnya mati karena tidak mampu beradaptasi dengan cuaca ektrim.
5. Diperlukan memahami siklus ikan sehingga pelaku bisnis dapat bertindak secara cepat untuk menanggulangi masalah yang akan terjadi.
6. Dalam proses pemasaran, strategi pemasaran dengan memberikan diskond an *good service* merupakan kunci untuk mendapatkan pelanggan tetap. Misalkan dengan memberikan diskon ataupun bonus kepada tengkulak yang membeli ikand alam jumlah besar. Lalu memberikan *free delivery service* ataupun jasa pembersihan ikan sehingga



ikan siap olah.

7. Dalam proses pengembangan produk, diperlukan fokus dan pemisahan tim atau penanggung jawab. Hal ini dikarenakan apabila tim memiliki tanggung jawab lebih maka terdapat kecenderungan para anggota akan merasa *overload* dan akhirnya ada pekerjaan yang tertinggal.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kegiatan ini dilaksanakan atas dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terimakasih kepada Universitas Darma Persada dan Kemendikbud Ristek Dikti, Universitas Cokroaminoto Makassar yang telah berkenan berkolaborasi dengan kami dalam menyampaikan materi dalam kegiatan webinar, dan UMKM Sirabad Lele yang telah berkenan menjadi mitra kegiatan pendampingan kami selama 10 (sepuluh) bulan. Dengan adanya kerjasama ini maka ilmu-ilmu yang kami miliki dapat tersalurkan dan dimanfaatkan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Al. Haryono Jusup. *Dasar - Dasar Akuntansi*. Edisi 6. Yogyakarta: Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, (2021).
- [2] Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A. *Services Marketing*. Edisi 1. Boston. MCGraw-Hill. (1996).
- [3] Wanta, Derry, Hasri. *Sustainable Finance, SDG's & Role of Accounting Student*. Universitas Darma Persada, Jakarta, (Juli 2021).
- [4] Hani handoko. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Dari Liberty, Yogyakarta.(1986).
- [5] Hartanto. *Harga Pokok Penjualan*. (diakses pada bulan februari 2021). (<http://Wikipedia.com>).



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN