

PENYULUHAN DAN PEMASARAN BIBIT IKAN LELE

Muhammad Yahdi^{1,*}, Muhammad Risqi Fadhillah², Rifqi Amanullah³, Aminah Swarnawati⁴

¹Prodi Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

²Prodi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jakarta

³Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁴Prodi Ilmu Komunikasi - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

*Email : yahdi4363@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian dari dunia usaha nasional yang diakui oleh negara dan keberadaannya menjadi bagian penting dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia, baik dalam lingkup kecil sampai lingkup yang lebih besar diberbagai daerah. Tapi semua sedang dilanda pandemi Covid-19 yang membuat hampir seluruh umkm justru menjadi sektor paling rentan terkena imbas dari pandemi virus covid. Oleh karena itu masyarakat pemilik usaha perlu memikirkan cara cara agar dapat bertahan selama pandemi. kegiatan yang dilakukan oleh kami adalah pembudidayaan dan pemasaran serta pelatihan digital marketing pada umkm untuk membantu penjualan dan pemasaran produk selama pandemic Covid-19. Kegiatan ini bertujuan agar pelaku mitra umkm dapat memanfaatkan teknologi berdagang online. Sehingga dapat membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi pelaku umkm, memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat sekitar serta memperoleh hasil yang maksimal. cara yang dapat yang dapat diterapkan yaitu dengan terus mengembangkan keunikan produk, memperluas jangkauan pasar, menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan tetap konsisten melakukan promosi dan menjaga kelangsungan produksi bibit lele.

Kata Kunci; Covid-19; UMKM ; Digital Marketing

ABSTRACT

Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) are part of the national business world recognized by the state and its existence becomes an important part in order to improve the economy of the Indonesian people, both in the small to larger scope in various regions. But all are being hit by the Covid-19 pandemic that makes almost all MSMEs become the most vulnerable sector affected by the covid-19 virus pandemic. Therefore, business owners need to think about ways to survive during the pandemic. the activities carried out by us are cultivation and marketing as well as digital marketing training on MSMEs Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) are part of the national business world recognized by the state and its existence becomes an important part in order to improve the economy of the Indonesian people, both in the small to larger scope in various regions. But all are being hit by the Covid-19 pandemic that makes almost all MSMEs become the most vulnerable sector affected by the covid-19 virus pandemic. Therefore, business owners need to think about ways to survive during the pandemic. the activities carried out by us are cultivation and marketing as well as digital marketing training on MSMEs to help sales and marketing of products during the Covid-19 pandemic to help sales and marketing of products during the Covid-19 pandemic .This activity aims to allow MSMEs partners to take advantage of online trading technology. So that it can help solve the problems faced by MSMEs, make a positive contribution to the surrounding community and obtain maximum results .the way that can be applied is by continuing to develop the uniqueness of the product, expand the market reach, maintain and improve the quality of the product and remain consistently conduct promotion and maintain the continuity of catfish seed production.

Keywords; Covid-19; Small Medium Enterprise ; Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah merupakan bagian integral dunia usaha nasional mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Dalam Undang- Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dalam Undang-Undang ini diatur bahwa pemberdayaan usaha mikro kecil menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi usaha mikro kecil menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan (Ridwan et al, 2014). UMKM adalah salah satu usaha yang bisa dilakukan oleh masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Karenanya UMKM menjadi instrumen yang sangat penting dalam memajukan bangsa (Ulza et al, 2018). Beberapa hal yang perlu digaris bawahi terkait pentingnya sector UMKM adalah UMKM berperan besar dalam menyerap pengangguran, Mendukung program pengurangan kemiskinan dan untuk memfasilitasi peningkatan pendapatan dari ekspor (Febrianto, 2017). Sektor UMKM sendiri telah tersebar diseluruh Indonesia dengan usaha yang beraneka macam, salah satunya pemasaran dan pembudidayaan bibit ikan lele (orenfish) Sawah Baru, Ciputat, Tangerang Selatan. Maka dari itu perberdayaan dan pengembangan menjadi hal yang perlu dilakukan secara bertahap dan dan berkelanjutan dengan strategi-strategi yang dirancang dengan matang sehingga keberadaan UMKM mampu menjangkau banyak masyarakat demi mewujudkan kemajuan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat dengan konstitusinya dalam keberjalanan industri kreatif. Selain itu, UMKM juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan dengan sector usaha lainnya begitupun dengan kontribusinya yang dianggap penting dalam ekspor dan perdagangan (Saputra, 2016). Disisi lain, program pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat yang pada akhirnya akan menjadi katup

pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha, sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan. Kelemahan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; 1) Kurangnya pemodaln baik jumlah maupun sumbernya, Kurang kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Di samping hal-hal terdapat juga persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas. Pengembangan UMKM adalah cara yang dinilai besar peranannya dalam pengembangan industry manufaktur. Pengembangan UMKM akan membantu mengatasi masalah pengangguran sehingga bisa memperbesar lapangan kerja.



Gambar. 1. Proses pemijahan ikan lele untuk disortir



Gambar. 2. Proses penyortiran bibit ikan lele yang layak untuk dipasarkan

2. METODE

Pelaksanaan program meningkatkan minat dan keseriusan UMKM di Masa Pandemi melalui tahapan sebagai berikut. Pertama memberikan pemahaman kepada sang pemilik mitra untuk lebih meningkatkan kualitas bibit-bibit ikan lele nya. Kedua, Menjelaskan kepada UMKM untuk lebih memaksimalkan media sosialnya untuk mempromosikan bibit-bibit ikan lele nya agar peminat-peminat bisa lebih mudah mengetahui para penjual bibit-bibit ikan lele nya. Ketiga, membantu UMKM mempromosikan di social media Instagram kami masing-masing dan juga melalui twitter anggota kami. Lokasi kegiatan Jl. Cendrawasih No.79 RT.02/03, Sawah Baru, Ciputat, Tangerang Selatan. Proses kegiatan program ini. Berupa penyuluhan bagaimana cara membudidayakan bibit ikan lele dengan baik, dan bagaimana cara memaksimalkan penggunaan media social untuk mempromosikan dan pemasaran bibit ikan lele tersebut.

3. HASIL PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan program kerja yang berkegiatan secara tatap muka dengan memenuhi protokol kesehatan dengan tujuan meningkatkan daya jual UMKM dan didampingi oleh pemilik Oren Fish itu sendiri. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, 12 Juli 2021.

Tidak semua usaha akan berjalan dengan mulus, apa lagi kondisi pandemic seperti saat ini, ada saja ujian-ujian yang di hadapi dan usaha dapat dilakukan oleh semua orang, untuk membuat sebuah suatu usaha seseorang harus memiliki niat dalam dirinya dan menguasai apa yang ingin dia usahakan, pelaku usaha harus bisa me manaje dan memperhitungkan dan mempertimbangkan segala macam kebutuhannya, agar tidak terjadi kerugian yang amat besar, dan para pelaku usaha harus berani dalam bertindak dan menerima resiko yang di hadapi para pelaku usaha.

Dilihat dari keadan kondisi di Oren Fish yang telah kami observasi terlebih dahulu sebelum melakukan kegiatan, berdasarkan apa yang telah kami tanyakan kepada mereka tentang apa saja kegiatan yang dilakukan sang pelaku usaha bibit ikan lele tersebut, kami mendapatkan data berupa kegiatan apa saja dan juga hal hal

yang dilakukan secara rutin oleh pelaku usaha tersebut.

Kami dari SUB 1 kelompok 44 KKN Universitas Muhammadiyah Jakarta, melakukan suatu kegiatan, yaitu **‘Meningkatkan daya jual beli pelaku usaha UMKM dan memaksimalkan sosial media untuk mempromosikan dan memasarkannya’** yang bertempat di Jl. Cendrawasih No.79 RT.02/03, Sawah Baru, Ciputat, Tangerang Selatan.

Pada tanggal 12, Juli, 2021 dimana kami melaksanakan KKN di Oren Fish yang pertama kali kami lakukan adalah, meberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk bercerita apa saja yang di keluhkan dan kendala-kendala yang dialami oleh pelaku usaha tersebut dan kami memberikan masukan-masukan kepada pelaku usaha tersebut dan memberikan dorongan atau motivasi agar sang pelaku usaha bisa me manajemen waktunya, di karenakan dia juga memiliki profesi lain yaitu supir ojek online.

Kedua, memberikan penjelasan mengenai pembudidayaan bibit ikan lele ini, agar dapat menghasilkan bibit-bibit ikan lele yang berkualitas dan unggul.

Ketiga, memberikan pemahaman mengenai teknologi yang sudah semakin canggih, kami mengarahkan untuk lebih memaksimalkan social media yang ada untuk berjualan online, dan juga mempromosikan melalui media-media social yang sedang ramai pada saat ini. Sebelumnya sang pemilik usaha pernah membuat konten-konten mengenai budidaya bibit ikan lele tersebut, namun tidak di lanjutkan, kami pun menyarankan sang pelaku usaha untuk melanjutkan membuat konten-konten nya yang lebih inovatif dan menarik agar para viewers lebih tertarik menonton tayangan konten tersebut.

4. KESIMPULAN

Kegiatan yang dilakukan di Oren Fish ini bertujuan untuk memberikan saran/solusi dan motivasi kepada pelaku usaha agar bisa ber-saing dengan pelaku usaha-usaha lainnya agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya dan agar lebih bisa mengoptimalkan teknologi-telknologi yang sudah berkembang pada saat ini, memasukan bibit-bibit ke aplikasi jual-beli online karena di sana pun banyak para peminat-peminat bibit ikan lele tersebut untuk di budidayakan nya kembali.

Tujuan memberikan pemahaman terkait manajemen waktu agar usaha yang sedang dijalani dirinya tidak terganggu, dan tetap terstruktur, maka kami menyarankan agar menggunakan waktu nya dengan se maksimal mungkin.

Soares T. 2011. Kajian Usaha Benih Ikan Lele Dumbo Di Desa Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah menyetujui pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.
2. Panitia Pelaksana Kuliah Kerja Nyata Universitas Muhammadiyah Jakarta 2021 yang telah mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.
3. Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing dan membantu sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar.
4. Oren Fish selaku Mitra Kuliah Kerja Nyata yang telah mengizinkan serta mendukung pelaksanaan program pengabdian ini sehingga program dapat terimplementasi dengan baik.
5. Semua pihak yang telah membantu tim pengabdian selama pelaksanaan program kegiatan sehingga dalam pelaksanaan dapat selesai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurniawan, p. (2017). Pemanfaatan media social Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern, pengembangan model pendanaan UMKM berdasarkan Persepsi UMKM.
- BBC.com. 2019. *Covid-19: Virus corona diduga sudah menyebar sebelum pertama kali dilaporkan di China pada Desember 2019.* <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-55197612>. Diakses 06/08/2021
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Madinawati, Serdiati N, Yoel. 2011. Pemberian Pakan yang Berbeda Terhadap Pertumbuhan dan Kelangsungan Hidup Benih Ikan Lele (*Clarias gariepinus*). *Jurnal Media Litbang Sulteng*. 4(2):83-87.