

STRATEGI INOVASI PRODUK OLAHAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN DAYA JUAL LELE (UKM PETERNAK LELE DI DESA KALIBEKER, MOJOTENGAH, WONOSOBO)

Eko Prawoto ^a, Herlina Susilawati ^b, Nasyiin Faqih ^c

^a Staf Pengajar, Program Studi Manajemen,

^{b,c} Staf Pengajar, Program Studi Teknik Sipil,

Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ) WONOSOBO

Jl.Raya Kalibeker Km.03, Wonosobo-Jawa Tengah

^c E-mail: faqihn@unsiq.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 26 Desember 2017

Disetujui : 30 Desember 2017

Kata Kunci:

wirausaha, lele olahan, pemasaran

ABSTRAK

Kelompok UKM Peternak Lele 'ANEKA' dan Kelompok UKM Peternak Lele 'BERDIKARI' adalah dua Mitra usaha menghadapi permasalahan hampir sama yaitu harga jual lele segar/basah relatif rendah dan kurang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan mulai dari pembelian bibit, pembelian pakan, pemeliharaan dan tenaga kerja. Permasalahan mereka semakin sulit disaat panen raya harga lele per/kg mempunyai kecenderungan dibawah harga standar (dibawah harga pasar) sehingga keuntungan yang didapat kecil.

Tujuan kegiatan pengabdian ini untuk mengatasi permasalahan mitra (1) dan mitra (2) yaitu belum adanya motivasi dan semangat berwirausaha memproduksi berbagai olahan lele, kurangnya kreativitas dan inovasi untuk mengolah pasca panen serta memproduksi olahan, kurangnya modal investasi usaha mikro (kecil/rumah tangga), belum mempunyai relasi pemasaran produk dan pangsa pasar yang layak dan minimnya pengetahuan manajemen pemasaran usaha lele.

Pelaksanaan program diawali Tim IBM melakukan sosialisasi dengan Mitra, menyiapkan alat dan kebutuhan bahan kemudian diadakan penyuluhan di tempat pertemuan kelompok mitra. Setelah memahami secara teori maka dilakukan praktek nyata membuat olahan lele, pengemasan dan manajemen pemasaran. Target luaran yang dihasilkan diproduksinya 3 jenis olahan lele (krupuk lele, nugget lele dan abon lele).

Hasil pengabdian masyarakat, mitra mampu memproduksi 3 jenis olahan lele (abon lele, krupuk lele, nugget lele), kemasan olahan dengan bahan plastik, terjalinnya kerjasama dengan beberapa toko oleh-oleh/konsumen di Kecamatan Mojotengah, Kabupaten Wonosobo dan sekitarnya, terbentuknya jiwa wirausaha bagi anggota kelompok peternak lele dan meningkatnya ketrampilan, kemampuan serta inovasi kreativitas anggota kelompok peternak lele. Selain itu telah terjalin pemasaran secara *online* dan *branding* sehingga kemasan olahan kering, seperti abon, kerupuk dan nugget menarik konsumen.

ARTICLE INFO

Article History

Received : December 26, 2017

Accepted : December 30, 2017

Key Words :

entrepreneur, processed catfish, marketing

ABSTRACT

Group of UKM catfish farmers 'ANEKA' and group of UKM catfish farmers 'BERDIKARI' are two business partners facing almost the same problem that the selling price of fresh / wet catfish is relatively low and less comparable with costs incurred from the purchase of seeds, feed purchase, maintenance and labor work. The problem is more difficult when the price of catfish per kg / kg has a tendency below the standard price (below market price) so that the profits are small.

The purpose of this dedication to solve the problems of partners (1) and partners (2) is that there is no motivation and entrepreneurial spirit to produce various catfish process, lack of creativity and innovation to process post-harvest and produce processed, lack of micro business investment capital), not yet have a proper product marketing relationship and market share and lack of knowledge of marketing management of catfish business.

Implementation of the program started Tim IBM socialize with Partners, prepare tools and material needs and then held counseling at the meeting place of the partner group. Having understood theoretically, the real practice of making processed catfish, packaging and marketing management. Output targets produced 3 types of processed catfish (catfish crackers, catfish nuggets and catfish abon).

The result of community service, the partner is able to produce 3 types of processed catfish (catfish abon, catfish krupuk, catfish nuggets), packaging processed with plastic materials, cooperation with some gift / store shop in Mojotengah Subdistrict, Wonosobo regency and surrounding, for members of the catfish breeder group and the increasing skill, ability and creativity innovation of members of the catfish breeder group. In addition it has been established online marketing and branding so that the packaging processed dry, such as shredded, crackers and nuggets attract consumers.

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Mojotengah adalah salah satu bagian dari Kabupaten Wonosobo, Propinsi Jawa Tengah. Didalamnya terdapat 16 desa dan 3 (tiga) kelurahan, yaitu Kelurahan Mudal, Andongsili dan Kalibeper. Kecamatan Mojotengah memiliki luas wilayah 4.506,926 h, dimana lahan terbanyak yang digunakan adalah untuk lahan kering yaitu 2.077,172 Ha (46,09%). Adapun batas wilayah Kecamatan Mojotengah dapat digambarkan sebagai berikut; sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Kejajar, sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Wonosobo, sebelah Barat Berbatasan dengan Kecamatan Watumalang dan sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Garung.

Desa Kalibeper merupakan salah satu Kelurahan yang terletak di Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo. Luas Desa Kalibeper adalah 140,535 Ha (Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonosobo, 2003) hlm 2-3). Adapun batas Desa Kalibeper adalah; Sebelah timur berbatasan dengan Desa Bumirejo, Kecamatan Mojotengah, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Kejiwan Kecamatan Wonosobo, sebelah barat berbatasan dengan Desa Sukorejo, Kecamatan Mojotengah dan sebelah utara berbatasan dengan Desa Blederan, Kecamatan Mojotengah. Dari paparan ini jelas bahwa Desa Kalibeper merupakan desa yang berada di ibukota Kecamatan Mojotengah dan keberadaannya dibatasi oleh desa-desa yang masih dalam satu wilayah kecamatan Mojotengah dan kecamatan kota Wonosobo (Monografi Kalibeper, 2014).

Jumlah penduduk Desa Kalibeper adalah 9303 Orang jiwa dan termasuk desa yang paling banyak jumlah penduduknya di Kecamatan Mojotengah, Kabupaten Wonosobo (Demografi Kalibeper, 2013). Adapun mata pencaharian penduduk desa Kalibeper Mojotengah pada umumnya adalah petani dan pedagang. Sektor usaha lainnya hanya kegiatan sampingan misalnya ternak perikanan air tawar (lele, nila), ternak unggas dan kambing.

Tabel 1. Mata Pencaharian Penduduk Desa Kalibeper

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1	Petani	18%
2	Pedagang	12%
3	Buruh	25%
4	Pengrajin	9%
5	Pengusaha	21%
6	Pegawai	10%
7	Lain-lain	6%
	JUMLAH	100%

(Demografi Kalibeper, 2014).

Sebagian besar wilayahnya terdiri atas dataran sedang dengan berbagai potensi yang sudah dikembangkan seperti pertanian persawahan dan perkebunan, peternakan, perikanan, pertokoan dan perdagangan. Beberapa tahun terakhir ini banyak yang mulai bisnis/usaha budidaya perikanan air tawar yang dikolaborasi dengan peternakan ayam/bebek/puyuh serta sawah/perkebunan.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya usaha peningkatan gizi keluarga dan peningkatan nilai ekonomi dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Budidaya perikanan air tawar yang umum di Desa Kalibeper antara lain jenis ikan mujahir, nila, gurami, patin dan lele. Sampai dengan tahun 2016 per-Januari, tercatat ada sekitar 32 pembudidaya ikan air tawar di Desa Kalibeper baik individu/ keluarga atau kelompok. Namun yang paling diminati adalah jenis ikan lele seperti UKM peternak lele 'ANEKA' dan UKM peternak lele 'BERDIKARI' tepatnya keduanya beralamatkan di Munggang Bawah, Kalibeper, Mojotengah, Wonosobo-Jateng dan sudah 2,5 tahun berjalan menekuni usahanya.

UKM merupakan salah satu bentuk usaha yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. UKM juga menjadi roda penggerak ekonomi masyarakat, terutama masyarakat ekonomi menengah dan ekonomi bawah. Dalam upaya mempertahankan bisnis yang dijalankan, UKM dituntut menerapkan berbagai macam strategi bisnis dalam rangka pengembangan usaha untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan mendapatkan lebih banyak konsumen.

Kelompok UKM peternak lele 'ANEKA' dengan jumlah anggota 7 orang menempati lahan budidaya seluas 1,1 Ha sedangkan untuk UKM peternak lele 'BERDIKARI' dengan jumlah anggota 4 orang dengan menempati

luas lahan budidaya seluas 0,6 Ha. Pelaksanaan usaha budidaya lele, dua kelompok tersebut sudah bersifat konvensional (semi modern) dengan persiapan lahan kolam bersifat permanen, namun juga ada yang memanfaatkan lahan dibelakang rumah dengan menggunakan terpal. UKM peternak lele 'ANEKA' dan UKM peternak lele 'BERDIKARI' melakukan panen lele setiap 3-4 bulan setelah penebaran bibit usia 2 mingguan atau setelah lele mencapai ukuran konsumsi 6-9 ekor/kg. Mereka biasanya menjual lele kepada pedagang pengepul atau menjual langsung kepada masyarakat di sekitarnya.

Para peternak tidak bisa berbuat banyak menghadapi harga jual yang relatif rendah dan kurang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan mulai dari pembelian bibit, pembelian pakan, pemeliharaan dan tenaga kerja. Bahkan terkadang permasalahan mereka semakin terasa disaat panen raya (saat pengeringan kolam) harga lele per/kg cenderung dibawah harga standar, sehingga mereka cenderung mendapat keuntungan kecil. Peningkatan produksi lele akan berisiko kerugian lebih besar apabila tidak disertai dengan inovasi teknologi hasil pengolahannya. Hal ini disebabkan oleh konsumsi terbesar lele masih dalam bentuk segar, belum banyak dalam bentuk olahan. Karena itu dipandang perlu adanya pendampingan program kreativitas dan inovasi metode serta teknologi penanganan pasca panen dengan memproduksi olahan lele dan kemasannya, sehingga mempunyai nilai jual lebih tinggi serta berpotensi meningkatkan pendapatan.

1.1. Tinjauan Pustaka

Usaha perikanan dapat dibagi dua jenis, yaitu usaha perikanan darat dan perikanan laut. Usaha perikanan darat disebut juga usaha perikanan air tawar (Evy, 1997).

Berdasarkan macam makanannya, ikan dapat dibedakan menjadi 5 golongan, yaitu:

- a. Pemakan tumbuh-tumbuhan
- b. Pemakan daging
- c. Pemakan segala
- d. Pemakan plankton
- e. Pemakan hancuran bahan organik

(Mudjiman, 1996).

Menurut Tati, S.Pt. komoditas lele yang dipelihara efektif dan ekonomis pembudidaya dari Direktorat Jenderal Perikanan Budi Daya

Departemen Kelautan dan Perikanan, dalam jangka waktu budidaya lele sekitar 3-4 bulan per-musim dengan produksi lele 1,1 ton/tahun/Ha. Harga jual lele konsumsi sangat variatif, dimana pada saat panen harga lele per-1 kg dibeli pedagang pengepul dengan harga Rp.18.000,00 sampai Rp.20.000,00. Sedangkan jika ditingkat konsumen akhir per-1 kg harga jual lele konsumsi mencapai Rp.21.500,00 sampai Rp.22.000,00. Direktorat jenderal perikanan budidaya telah memproyeksikan produk lele hidup untuk konsumsi, yakni ditargetkan sebesar 700000 ton pada tahun 2015 dan naik menjadi 900000-100000 ton pada akhir tahun 2016 dengan kenaikan rata-rata per tahun dari tahun 2001-2015 sebesar 37% (DINKOP, 2015).

Kebutuhan ikan lele dikonsumsi dalam negeri terus mengalami peningkatan sebagai hidangan yang sangat lezat (Ferdian, Fajar. Maulina, Ine. Rosidah, 2012). Saat ini lele dumbo juga sudah banyak dijual di rumah makan, restoran, hotel dan warung kaki lima dalam berbagai olahan (Khairuman dan Amri, 2008).

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra 1 dan mitra 2 antara lain 1. Belum adanya motivasi dan semangat kelompok peternak lele untuk berwirausaha memproduksi berbagai olahan lele. 2. Kurangnya kreativitas dan inovasi kelompok peternak lele untuk mengolah pasca panen dan memproduksi olahan yang memiliki daya tarik tinggi pada konsumen. 3. Belum mempunyai relasi pemasaran produk dan pangsa pasar yang layak. 4. Kurangnya modal investasi usaha mikro (kecil/rumah tangga), khususnya peralatan dan sarana penunjang lain. 5. Minimnya pengetahuan manajemen pengelolaan, termasuk manajemen pemasaran usaha lele.

2. METODE PELAKSANAAN

Tahapan langkah pelaksanaan program pengabdian ini diawali dengan sosialisasi, inventarisasi obyek dan penanganan prioritas masalah pada UKM, kemudian diadakan penyuluhan kepada 2 mitra di tempat pertemuan kelompok mitra. Penyelesaian permasalahan sebagai berikut:

- a. Memberikan motivasi dan semangat kelompok peternak lele, kemampuan

pengelolaan wirausaha (manajemen) ditingkatkan melalui pelatihan *in class* dengan materi pelatihan motivasi individu dan kelompok (*team*), pelatihan dan pembekalan kewirausahaan serta pelatihan manajemen (produksi, keuangan dan pemasaran).

- b. Kreativitas dan inovasi kelompok peternak lele untuk mengolah pasca panen dan memproduksi olahan agar menambah nilai jual produk ditingkatkan melalui pelatihan *in class* dan *out class*, dengan materi teknologi berbagai pengolahan produk lele (abon, krupuk, nugget), teknologi pengemasan olahan produk lele dan teknologi pemasaran 4P (*product, price, place, and promotion*) melalui penjualan langsung sampai melalui jaringan internet.
- c. Kemampuan kelompok peternak terhadap relasi pemasaran produk dan pangsa pasar yang layak ditingkatkan melalui pelatihan bauran promosi (*promotion mix*) antara lain: teknik pembuatan iklan teknik publisitas positif maksimal dari pihak-pihak luar, Teknik promosi dari mulut ke mulut dengan memaksimalkan hal-hal positif, teknik promosi penjualan dengan ikut pameran dan membagikan sampel, *public relation/PR* yang mengupayakan produk diterima masyarakat dan *personal selling*/penjualan personil yang dilakukan tatap muka langsung.
- d. Dukungan pada kelompok peternak berupa modal Mesin pencabik/penyuir daging (produksi abon), mesin pencampur dan alat pengiris (produksi krupuk), mesin penggiling daging dan pencetak (produksi nugget) dan alat pengemas bahan plastik
- e. Memberikan bimbingan pengelolaan usaha lele dan manajemen keuangan usaha.

3. HASIL CAPAIAN & PEMBAHASAN

Hasil capaian sudah terselesaikannya pembuatan dan pengadaan alat pendukung, sebagaimana tersebut dibawah ini. Sehingga rencana tahapan selanjutnya adalah menyelesaikan pelaksanaan introduksi pelatihan penggunaan mesin, pelatihan manajemen usaha lele olahan.



Adapun kegiatan yang dilaksanakan meliputi:

- a. Memberikan motivasi dan semangat kelompok peternak lele, kemampuan pengelolaan wirausaha (manajemen) ditingkatkan melalui pelatihan *in class*.
- b. Meningkatkan kreativitas dan inovasi kelompok peternak lele untuk mengolah pasca panen dan memproduksi olahan agar menambah nilai jual produk ditingkatkan melalui pelatihan *in class* dan *out class*.
- c. Meningkatkan kemampuan kelompok peternak terhadap relasi pemasaran produk dan pangsa pasar yang layak ditingkatkan melalui pelatihan bauran promosi (*promotion mix*).
- d. Mendukung pada kelompok peternak berupa modal investasi usaha mikro khususnya peralatan dan sarana penunjang.
- e. Memberikan bimbingan pengelolaan usaha lele dan manajemen.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Melalui kegiatan IbM terhadap peternak lele ini telah diperoleh hasil:

- a. Hasil pengabdian masyarakat, mitra mampu memproduksi 3 jenis olahan lele

(abon lele, krupuk lele, nugget lele), kemasan olahan dengan bahan plastik

- b. Terjalannya kerjasama dengan beberapa toko oleh-oleh/konsumen di Kecamatan Mojotengah, Kabupaten Wonosobo dan sekitarnya,
- c. Terbentuknya jiwa wirausaha bagi anggota kelompok peternak lele dan meningkatnya ketrampilan, kemampuan serta inovasi kreativitas anggota kelompok peternak lele.
- d. Telah terjalin pemasaran secara *online* dan *branding* sehingga kemasan olahan kering, seperti abon, kerupuk dan nugget menarik konsumen.

4.2. Saran

- a. Kegiatan perlu diintensifkan agar produksi bisa lebih maksimal.
- b. Perlu dana pendampingan tahap berikutnya untuk pembuatan packing yang lebih representatif.

4.3. Ucapan Terima Kasih

Disampaikan dengan hormat rasa terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah mendanai program Hibah Pengabdian Ipteks bagi Masyarakat (IbM) ini sehingga dapat terselesaikan tepat waktu.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, 2009. Bahan Seminar Penyuluh KP, Dirjen Perikanan Budidaya, Departemen Kelautan dan Perikanan RI.
- Anonymos, 2011 Formulasi Pakan Permentasi dan Teknik Pembuatan Pakan Alternatif dengan Bahan Baku Utama Sludge (kotoran sapi), *Makalah*. Dinas Perikanan dan Kelautan Propinsi Jawa Timur, Unit Pengelola Budidaya Air Tawar Kepanjen-Malang.
- Ferdian, Fajar. Maulina, Ine. Rosidah, 2012. Analisis Permintaan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kecamatan Losarang, Kabupaten Indramayu, Jurnal Perikanan dan Kelautan, Vol.3, No. 4, 93-98
- Hastuti, S. 2010. Lele Kuning Dan Eliminasi Populasinya Melalui Aplikasi Sistem Budidaya Ikan Gyhienis Di Kampung Lele Boyolali, Tahap I: Identifikasi lele kuning. Laporan Hasil Penelitian Hibah Kompetensi.
- Khairuman dan K. Amri. 2009. Peluang Usaha dan Teknik Budidaya Lele Sangkuriang. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Nurjana D.J. 2010. Analisis Proksimat daun Singkong. Departemen Ilmu Nutrisi dan Teknologi Pakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.
- <https://nutroffish.wordpress.com/2011/page/3/>