

IBM HOME INDUSTRI KERUPUK LELE

Anita T. Kurniawati¹, Wiwik W. Widjajanti², Evi Yuliaty³

¹Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, anitateku@yahoo.com.

²Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, wiwikwidyo@yahoo.co.id.

³Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Eviyulia103@gmail.com.

Abstrak

Home Industri krupuk lele didaerah Sidoarjo dijadikan Mitra 1 dalam kegiatan pengabdian dengan skema Iptek bagi Masyarakat. Sedangkan yang dijadikan Mitra 2 adalah peternak ikan lele sebagai pensuply bahan bagi Mitra 1. Dalam menjalankan usahanya, kedua Mitra mengalami permasalahan yang harus diselesaikan baik dalam aspek produksi, keuangan, produk, pemasaran maupun budidaya lele. Permasalahan tersebut adalah keterbatasan modal, manajemen keuangan masih belum terstruktur, waktu proses produksi lama dikarenakan pemotongan krupuk lele mentah dengan pisau dan pembuatan adonan dilakukan manual. Mitra 1 belum bisa memasarkan produknya ke Toko ternama karena belum mempunyai sertifikat Pangan dan Industri Rumah Tangga dari Dinas Kesehatan. Pengetahuan kedua Mitra mengenai strategi pemasaran khususnya online masih kurang. Pengetahuan Sumber Daya Manusia (SDM) Mitra 2 mengenai budidaya ikan lele khususnya pembuatan pakan alternatif masih kurang. Tim mengadakan pendampingan untuk mengatasi permasalahan hanya pada aspek produksi, produk, pemasaran, dan budidaya lele. Hal ini bertujuan agar ada peningkatan kualitas dan pendapatan Mitra. Tim melakukan pengadaan mesin pemotong krupuk lele, mesin pencampur adonan untuk Mitra 1. Tim juga membuat desain kemasan dan mengurus sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) ke Dinas Kesehatan Sidoarjo. Tim melakukan pelatihan pemasaran (strategi pemasaran) khususnya online untuk kedua Mitra dan pembuatan blogs dengan alamat www.krupukleleblog.wordpress.com untuk Mitra 1. Tim melakukan pengadaan mesin pembuat pakan seperti pellet untuk Mitra 2. Setelah dilakukan pendampingan tersebut, manfaat yang didapat Mitra antara lain proses produksi lebih cepat, kualitas krupuk lebih bagus, lebih mudah memasarkan, pengetahuan mengenai strategi pemasaran bertambah dan dapat membuat pakan alternatif sendiri sehingga biaya produksi rendah.

Kata kunci: Krupuk lele, budidaya lele, produksi, pemasaran

I. PENDAHULUAN

Krupuk Lele merupakan salah satu dari berbagai jenis usaha yang awalnya dibutuhkan modal yang kecil. Selain itu ikan lele merupakan lauk yang banyak dikonsumsi masyarakat karena harganya yang relatif masih murah dibandingkan ikan laut. Kandungan gizi dari ikan lele ini juga lengkap mulai protein, kalori, lemak, kalsium dan fosfor (alamtani, 2013). Sehingga dalam pendampingan ini, dilakukan pada Mitra Home Industri krupuk lele dan peternak ikan lele sebagai pensuply. Mitra 1 merupakan industri rumah tangga (Home Industri) pembuat krupuk lele yang dikelola oleh Erna lulusan SMU mulai tahun 2013. Pada awalnya keinginan untuk membiayai kuliahnya sendiri sehingga tidak menggantungkan kepada orangtuanya, timbul keinginan untuk membuat krupuk dari lele. Waktu itu terinspirasi dengan mudahnya mendapatkan ikan lele didaerahnya, apalagi ada Mitra 2 sebagai peternak lele dekat dengan lokasinya. Selain itu, keinginan untuk mempunyai usaha yang bisa dikelolanya secara mandiri bersama ibunya serta dapat membuka

lapangan pekerjaan untuk ibu rumah tangga sekitarnya. Tiap bulan Mitra 1 memproduksi krupuk lele rata-rata 240 pak. Omzet tiap bulan sekitar 1-2 jt. Mitra 2 merupakan penyuplai ikan lele bagi Mitra 1. Mitra 2 ini merupakan peternak lele yang bernama Bapak Katiran yang memulai usahanya pada tahun 2011. Mitra 2 memilih budidaya ikan lele yang awalnya sekedar hobi namun melihat hasilnya yang menguntungkan akhirnya beliau berfokus untuk mengembangkan usaha ini. Beliau belajar beternak lele dari buku panduan beternak lele yang beliau beli dan informasi dari sahabat beliau.

Dalam menjalankan usahanya, Mitra menemui berbagai permasalahan yang harus diselesaikan. Antara lain dalam dalam produksi, produk, pemasaran maupun budidaya lele. Permasalahan Mitra 1 adalah waktu proses produksi lama dikarenakan pemotongan krupuk lele mentah dengan pisau dan proses pencampuran bumbu dengan bahan untuk menjadi adonan dilakukan manual. Selain itu Mitra 1 belum bisa memasarkan produknya ke Toko ternama karena belum mempunyai sertifikat Pangan dan Industri

Rumah Tangga dari Dinas Kesehatan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran khususnya online masih kurang. Sedangkan permasalahan pada Mitra 2 adalah pengetahuan Sumber Daya Manusia (SDM) mengenai budidaya ikan lele khususnya pembuatan pakan alternatif dan cara mengatasi penyakit ikan lele kurang. Selain itu pengetahuan mengenai strategi pemasaran masih kurang. Pelaksanaan IbM ini bertujuan untuk meningkatkan kuantitas, kualitas produk dan pendapatan dari Mitra.

II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam pendampingan ini dilakukan mulai dari koordinasi dengan tim dan Mitra, melaksanakan pendampingan sampai dengan evaluasi setelah pelaksanaan pendampingan. Berdasarkan dengan permasalahan yang dihadapi kedua Mitra, maka Tim melakukan pendampingan dalam bidang produksi, produk, pemasaran dan budidaya ikan lele. Kegiatan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

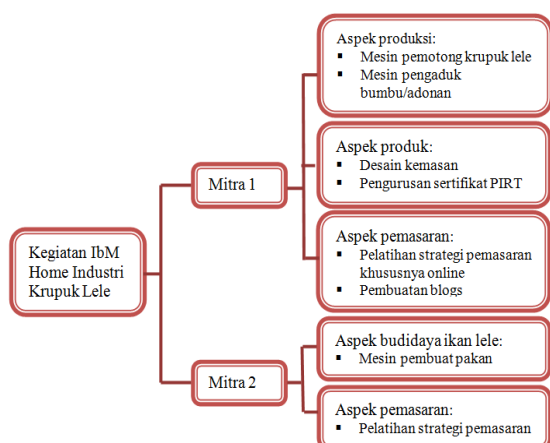
1. Aspek produksi

Pada aspek produksi dilakukan pengadaan mesin pemotong kerupuk lele mentah dan mesin pengaduk bumbu yang akan dijadikan adonan kerupuk lele mentah.
2. Aspek produk

Pada aspek produk, Tim membuat desain kemasan dan mengurus sertifikat PIRT ke Dinas Kesehatan Sidoarjo.
3. Aspek pemasaran

Pada aspek pemasaran, Tim mengadakan pelatihan strategi pemasaran khususnya online. Selain itu, tim juga membuat blogs untuk Mitra 1.
4. Aspek budidaya ikan lele

Pada aspek budidaya ikan lele, Tim memberikan mesin pembuat pakan alternatif seperti pelet. Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada IbM ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pendampingan pada Mitra

III. PEMBAHASAN

Tim melakukan pendampingan pada kedua Mitra dalam aspek produksi, produk, pemasaran dan

budidaya ikan lele. Pendampingan yang dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Aspek Produksi

Tim melakukan pengadaan mesin pemotong kerupuk lele mentah dan mesin pengaduk bumbu yang dijadikan adonan.
2. Aspek produk

Tim membuat desain produk, pengadaan alat siler pengisi udara pada plastik kemasan, dan mengurus pembuatan sertifikat PIRT ke Dinas Kesehatan Sidoarjo.
3. Aspek pemasaran

Tim mengadakan pelatihan strategi pemasaran selama satu hari pada tanggal 15 Juli 2017. Pelatihan ini ditekankan pada strategi apa saja yang bisa dilakukan oleh Mitra untuk memasarkan produknya. Mulai dari mengikuti pameran, bekerjasama dengan toko atau supermarket, bekerjasama dengan Dinas Koperasi atau Disperindag agar mendapatkan info pameran. Berdasarkan Kotler (2002), pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah secara online yang biasa disebut marketing online. Ada dua jenis saluran marketing online yaitu layanan online komersial dan internet. Cara melakukan pemasaran online dengan:

 - a. Menciptakan kehadiran online elektronik, dengan cara membeli ruang di layanan online komersial dan membentuk situs internet sendiri (website atau blogs)
 - b. Menempatkan iklan online
 - c. Berpartisipasi dalam forum atau kelompok masyarakat di internet
 - d. Menggunakan e-mail.

Mitra 1 dibuatkan blogs dengan alamat www.krupukleleblog.wordpress.com. Tim mengajari Mitra 1 untuk mengoperasikan blogs dan secara kontinu diadakan pendampingan jika Mitra kesulitan dalam proses pengoperasiannya.
4. Aspek budidaya ikan lele

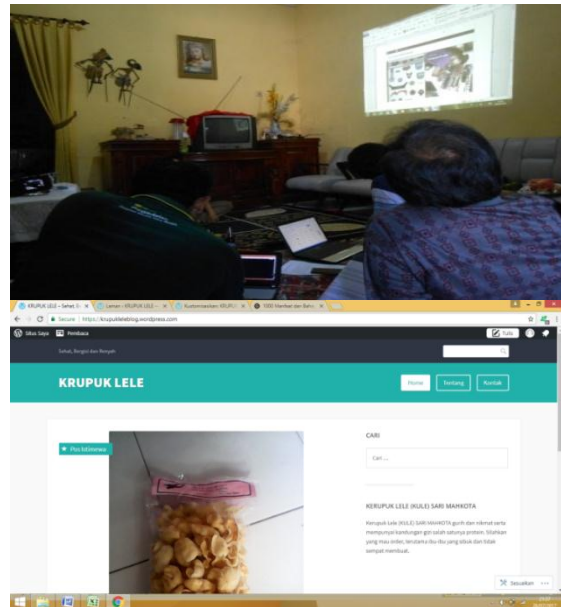
Tim memberikan mesin pembuat pakan lele alternatif seperti pelet. Hal ini dikarenakan harga pelet sangat mahal, sehingga Mitra 2 harus bisa mendapatkan pakan dengan bahan yang mudah didapat dan murah bahkan gratis. Selain itu, pakan ini bisa diawetkan dalam waktu yang lama seperti pelet sehingga mempermudah dalam pemberian pakan.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan Tim dapat dilihat pada Gambar 2. Setelah diadakan pendampingan pada Mitra, maka dapat dijelaskan kondisi Mitra sebelum dan setelah pendampingan seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Kondisi Mitra sebelum dan setelah pendampingan

Jenis Pendampingan	Kondisi Mitra	
	sebelum pendampingan	setelah pendampingan
1. Mesin pemotong kerupuk lele	Waktu pemotongan lama dan hasil pemotongan tidak	Waktu pemotongan lebih cepat dan hasil

	sama	pemotongan sama
2. Mesin pengaduk bumbu/adonan	Waktu pengadukan lama	Waktu pengadukan lebih cepat (3x lebih cepat), hasil adonan bercampur merata, lele banyak yang tidak terbang baik duri maupun kepala
3. Pelatihan strategi pemasaran	Sedikit pengetahuan strategi pemasaran	Mengetahui strategi pemasaran khususnya marketing online
4. Pembuatan blogs	Hanya dikenal masyarakat sekitar	Dikenal masyarakat lebih luas
5. Desain kemasan	Kurang menarik	Lebih menarik, ada brand dan no. PIRT
6. Mesin pembuat pakan	Harus membeli pelet sehingga biaya produksi semakin mahal dan mempengaruhi omzet	Biaya produksi lebih murah



Gambar 1. Pendampingan yang dilakukan pada Mitra Dengan adanya pendampingan yang dilakukan oleh tim, maka didapat

1. Dengan adanya mesin pengaduk adonan:
 - a. kualitas adonan tercampur dengan rata (lebih baik)
 - b. Kapasitas dalam membuat adonan bisa 3x lipat (± 9 kg)
2. Dengan adanya mesin pemotong kerupuk, dapat meningkatkan kapasitas produksi sebesar 20%
3. Peningkatan pengetahuan SDM mengenai strategi pemasaran
4. Penurunan biaya produksi budidaya lele sebesar 20% dengan adanya mesin pembuat pakan alternatif.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pendampingan yang dilakukan pada Mitra pada kegiatan dalam Ibm Home Industri Kerupuk Lele dapat disimpulkan bahwa:

1. Pendampingan dilakukan pada aspek produksi, produk, pemasaran, dan budidaya lele.
2. Dengan adanya pendampingan, dapat meningkatkan kualitas produk dan kuantitas produksi serta pendapatan Mitra.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Alamtani, *Budidaya Ikan Lele*, <http://alamtani.com/budidaya-ikan-lele.html>, Mei 2013, diakses 2016.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Prentice Hall, inc. New Jersey



