



Meningkatkan Penjualan Produk Olahan Ikan Lele di Masa Pandemi Dengan Teknologi Pengemasan dan Penjualan Online di Desa Cogreg Parung Bogor

Increasing Sales of Catfish Processed Products During a Pandemic With Packaging Technology And Online Sales In Cogreg Village Parung, Bogor

Agus Sopian¹, Parmo², Zixri Maulana Putra³, Maya Sutra Wijaya⁴

¹⁻⁴Universitas Pamulang, email : agsopian@gmail.com

Abstrak. Kegiatan pengabdian yang dilakukan ini berjudul strategi meningkatkan penjualan produk olahan ikan lele dimasa pandemi dengan teknologi pengemasan dan penjualan online di desa Cogreg kecamatan Parung, Bogor. Tujuan umum dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini ialah memberikan informasi, pengetahuan dan pelatihan berkelanjutan khususnya dibidang strategi pemasaran dalam industri rumahan pengolahan lele. Metode yang dipakai merupakan metode survey dan pemaparan materi secara langsung(tatap muka) serta simulasi dan juga diskusi mengenai meningkatkan daya tarik produk dipasaran agar meningkatkan penjualan dan respon positif konsumen, Kesimpulan output yang akan dihasilkan dari pemecahan masalah yang diambil akan memberikan pengetahuan yang bersifat dasar bagi UKM Kemuning Mandiri yang akan membantu para anggotanya memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh produk olahan ikan lele, sehingga tujuan akhir mewujudkan kesejahteraan bagi anggotanya dan masyarakat sekitar dapat terwujud.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; UKM; Kesejahteraan Masyarakat

Abstract. The service activity carried out was entitled a strategy to increase sales of processed catfish products during the pandemic with packaging technology and online sales in Cogreg village, Parung sub-district, Bogor. The general purpose of this community service activity (PKM) is to provide information, knowledge and ongoing training, especially in the field of marketing strategies in the catfish processing home industry. The method used is a survey method and direct material exposure (face to face) as well as simulations and also discussions about increasing the attractiveness of products in the market in order to increase sales and positive consumer responses. for UKM Kemuning Mandiri who will help its members maximize the potential possessed by processed catfish products, so that the ultimate goal of realizing prosperity for its members and the surrounding community can be realized.

Keywords: Marketing Strategy; UMKM; Public Welfare.



PENDAHULUAN

Wilayah perairan laut Indonesia yang luasnya 5,8 juta km² dan garis pantai sekitar 90 ribu km² menjadi basis aktifitas ekonomi perikanan dan sumber laut lainnya. Artinya sekitar 70 persen wilayah Indonesia terdiri dari laut yang kaya akan keanekaragaman sumber daya hayati dan sumber daya non hayati. Selain itu, subsektor perikanan Indonesia berperan sangat penting dalam membantu perluasan peluang kerja, perbaikan gizi di masyarakat, dan meningkatkan devisa negara, yang dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan pendapatan nasional negara. Potensi ini terlihat dari hasil produksi ikan di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya, mantan Menteri Kelautan dan Perikanan (KP) Susi Pudjiastuti selalu memberikan dukungan kepada para nelayan dan pembudidaya segala jenis ikan serta mengajak masyarakat Indonesia untuk sering mengkonsumsi ikan terutama anak-anak karena memiliki manfaat mendidik otak. Berdasarkan informasi yang diberikan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), produksi perikanan pada periode 2012-2016 selalu meningkat setiap tahunnya, mencatatkan produksi ketika tahun 2012 sebesar 15.504.747 ton dan ketika tahun 2016 sebesar 23.506.361 ton. Untuk wilayah Jabodetabek sendiri, Kabupaten Bogor merupakan salah satu pusat suplai terbesar baik untuk ikan konsumsi maupun ikan hias. Belakangan ini ada fenomena langka di Indonesia, banyak masyarakat Indonesia memelihara ikan hias untuk menghilangkan kebosanan di masa pandemi Covid-19, penjualan ikan hias meningkat pesat membuat masyarakat juga belajar cara budidaya, mencari informasi manfaat dan mempelajari gizi ikan yang dapat dikonsumsi.

Luas wilayah Kabupaten Bogor adalah 2.644 km². Sebagian besar masyarakat di Kabupaten Bogor bekerja sebagai peternak dan petani perkebunan, yang sebagian besar dikirim ke Jabodetabek untuk

komersialisasi. Dalam bidang perikanan, masyarakat kabupaten Bogor sangat maju dan selalu memproduksi hasil panen dengan kualitas baik dikarenakan iklim yang mendukung dan pengetahuan yang memadai.

Potensi produksi perikanan budidaya di Kabupaten Bogor sampai saat ini terus dikembangkan, termasuk ketika proses produksi ikan lele yang menjadi alasan seseorang lebih memilih membudidayakan ikan lele, karena budidaya ikan lele tidak terlalu sulit dibandingkan dengan jenis ikan lainnya, ditambah lagi memiliki manfaat dan kandungan yang protein. kandungan yang terdapat pada daging ikan lele sangat baik untuk tubuh, yang artinya ikan tersebut memiliki kelebihan dari ikan lainnya dan dapat dimanfaatkan oleh usaha kecil menengah (UKM) atau industri rumahan untuk mengolah ikan lele menjadi produk olahan yang bernilai jual tinggi. Ikan lele merupakan salah satu jenis ikan yang dibudidayakan di Indonesia yang penyebarannya meliputi pulau Jawa, Sumatera, Sulawesi dan Kalimantan. Ikan lele di Indonesia secara alami terdapat di perairan yang ekstrim dan umumnya memiliki beberapa keunggulan dari segi rasa, harga, kandungan gizi, cara budidaya yang mudah, dan lain-lain. Dilihat dari keunggulan tersebut, usaha pembudidayaan ikan lele dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, meningkatkan kapasitas usaha dan dapat melengkapi kebutuhan gizi masyarakat khususnya dari ikan.

Ikan lele memiliki prospek komersial yang di prediksi sangat cerah. Hal ini dikarenakan ikan tersebut mudah tumbuh dan berkembang biak di lokasi-lokasi kritis/ekstrim seperti rawa-rawa, sawah, sungai, kolam ikan yang subur, kolam ikan yang keruh, bahkan tempat berlumpur yang minim oksigen (Suryaningrum, 2012), didukung dengan rasa daging yang enak, lezat dan bergizi tinggi karena memiliki kandungan proteinnya sebanyak 18,7%. Dari segi konsumsi, daging pada ikan lele



memiliki warna putih dengan protein yang memiliki fungsi hampir sama dengan daging sapi, yaitu 19,0%. Protein pada ikan lele mengandung asam amino esensial seperti leusin, lisin, isoleusin dan fenilalanin dalam jumlah cukup banyak. bahkan kandungannya pada daging ikan lele lebih tinggi dari standar asam amino esensial yang dikeluarkan oleh FAO untuk kebutuhan tubuh (FAO, 1985 dalam Astawan, 2009). Selain manfaat sebelumnya, "budidaya lele juga memiliki beberapa kelebihan antara lain pertumbuhannya cepat meskipun dipelihara dengan kepadatan tinggi, ketahanan hidupnya tinggi (Mahyudin, 2008)". Namun, yang menjadi kendala adalah harga lele yang terkadang jatuh karena melimpahnya produksi lele di wilayah lain yang juga merupakan sentra budidaya lele (Erlyna dan Choirul, 2014).

Desa Cogreg di kabupaten Bogor merupakan desa yang cukup potensial dibidang perikanan khususnya budidaya ikan lele. Setiap harinya desa Cogreg mendistribusikan lele konsumsi ke Jabodetabek hingga 50 ton perharinya dan masih terus bertambah dikarenakan minat masyarakat yang cukup besar terhadap ikan yang bernama latin *Clarias Batrachus* tersebut. Kepala desa Cogreg sendiri sangat mendukung pengembangan budidaya lele agar dapat terus meningkatkan produksi, kualitas dan dapat menyerap tenaga kerja secara maksimal. Dengan banyaknya lele yang dibudidayakan di desa tersebut, membuat banyak warga sekitar bersemangat melakukan inovasi-inovasi dibidang pengolahan lele agar meningkatkan nilai ekonomisnya, tidak terkecuali UKM Kemuning Mandiri yang sangat fokus mengembangkan produk-produknya tersebut agar menjadi makanan yang lebih menarik saat dikonsumsi contohnya nugget lele, kerupuk lele tahu bakso lele, bakso lele, otak-otak lele dan dimsum lele.

Pemasaran produk olahan ikan lele di UKM Kemuning Mandiri masih belum meluas karena sampai kini masih mengandalkan pada pesanan yang akan datang dan pemasaran dari mulut ke mulut.

Hal dikarenakan anggota kelompok adalah ibu-ibu rumah tangga yang membuat daya pemasarannya tidak luas. Hambatan lain dari pengolahan lele UKM Kemuning Mandiri adalah kurangnya pengetahuan yang baik tentang pengemasan dan teknologi informasi, apabila packing dan kemasannya kurang baik akan mengakibatkan produk yang dihasilkan cepat kadaluarsa. Masa simpan produk ikan lele yang hanya beberapa hari pada suhu dingin, karena hal tersebut juga UKM kemuning Mandiri kesulitan dalam memasarkan produknya dan terus mencari cara agar produknya dapat disimpan dalam waktu lama serta dapat didistribusikan keluar kabupaten Bogor. Produk olahan yang disimpan dalam waktu cukup lama biasanya makanan harus menggunakan alat/mesin dan plastik khusus yang menjamin kesegaran makanan itu sendiri. Label juga memiliki peran penting untuk meningkatkan penjualan produk, Karena label adalah alat penyampai informasi dan berfungsi sebagai iklan, Dengan adanya informasi yang diberi pada label diharapkan nantinya fungsi pada label dalam memberi "rasa aman" pada setiap konsumen dapat terwujud seperti yang diharapkan. "Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet (Ridwan dan Josua 2009)" perkembangan transaksi digital di Indonesia sangat berkembang dan perputaran ekonomi di ecommerce, social media dan aplikasi online seperti grab dan gojek sangat menjanjikan untuk para pengusaha rumahan atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para pengusaha yang cermat melihat peluang akan mendapatkan dampak positif dari hadirnya dunia digital dikarenakan mereka dapat menjual produk secara online dan secara manajemen menjadikan efektif dan efisien jika memiliki pengelolaan baik dan benar.

Jumlah anggota organisasi /kelompok di UKM Kemuning Mandiri yang aktif adalah



5 orang dan jika banyak pesanan UKM akan meminta bantuan ke masyarakat sekitar atau anggota yang pasif, pada awal berdirinya UKM Kemuning Mandiri jumlah anggota aktif sebanyak 20 orang, namun seiring waktu berjalan banyak anggota yang terhalang kesibukan masing-masing. Keberadaan UKM Kemuning Mandiri, sedikit banyak telah membantu meningkatkan produksi olahan ikan lele di wilayah Parung dan sekitarnya, sekaligus menambah dan meningkatkan income (penghasilan) usaha tambahan bagi para anggotanya yang semuanya adalah ibu rumah tangga. Melengkapi dari pada produksi olahan ikan lele tersebut, UKM Kemuning Mandiri juga telah mengurus sertifikasi halal atas semua produknya.

METODE PELAKSANAAN

Dalam PKM ini menggunakan pendekatan Metode seperti pelatihan/penyuluhan kepada masyarakat yang berada di Desa Coreg Kecamatan Parung Bogor, Untuk melancarkan program PKM ini, tahapan kerjanya adalah sebagai berikut :

Tahapan Persiapan

Tahapan persiapan meliputi :

- a. Survei awal, ketika ditahap ini kami melakukan survei lokasi yang telah ditentukan di UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg, Kabupaten Bogor.
- b. Mengadakan pengamatan. Langkah berikut setelah melakukan kunjungan maka kami menentukan waktu pelaksanaan dan juga target sasaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. memastikan pembagian tugas sehingga kegiatan yang dimulai dari perencanaan sampai dengan penyusunan laporan dapat berjalan dengan lancar.

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan meliputi :

- a. Sosialisasi Program. ketika diawal pelaksanaan dilakukan sosialisasi dari program ke calon mitra sebagai

pengelolaan sarana serta prasarana di UKM Kemuning Mandiri.

- b. Pelatihan/penyuluhan. Sesuai dengan langkah-langkah yang kedepannya memberikan pelatihan/penyuluhan berupa pelatihan strategi manajemen pemasaran dalam menjual produknya, yang nantinya akan sangat bermanfaat untuk UKM Kemuning Mandiri dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk olahan lele.

Tahap Evaluasi

Dari tahapan persiapan, seluruh tim harus berkontribusi maka sampai dengan tahap evaluasi pelaksanaan kegiatan, tim mengetahui setiap kekurangan yang terjadi dan menjadi bahan perbaikan sehingga kedepannya akan menjadi saran yang baik bagi kegiatan selanjutnya dan menjadikannya binaan dari kampus Universitas Pamulang.

Partisipasi Mitra Ketika Pelaksanaan Program

Partisipasi dari mitra saat pelaksanaan program PKM berlangsung sangat kooperatif dengan pemberian ijin kepada tim untuk segera melaksanakan pengabdian di lokasi yang telah disediakan UKM Kemuning Mandiri, menjabarkan keterangan positif berupa informasi yang kami butuhkan sampai acara pelaksanaan berupa aktifitas pelatihan/penyuluhan nantinya.

Realisasi Pemecahan Masalah

Kami dari mahasiswa Magister Manajemen kelompok peminatan Manajemen Pemasaran ingin menawarkan solusi, yaitu:

Memberikan edukasi melalui sosialisasi peran strategi manajemen pemasaran dalam memberikan motivasi UKM Kemuning Mandiri.

Hal tersebut ingin kami sampaikan bersama-sama dengan kelompok peminatan Manajemen SDM dalam satu kelas V 238 selama satu hari.



Pemaparan akan dimulai dari kelompok peminatan Manajemen Pemasaran yang menjelaskan manfaat dan cara mengemas produk makanan secara baik.

Kami melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan optimal melalui susunan acara yang jelas dan terarah dan besar harapan kami bahwa apa yang kami sampaikan dapat membawa manfaat bagi UKM Kemuning Mandiri.

Target Sasaran

Khalayak sasaran atau audiens dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah seluruh pengelola UKM Kemuning Mandiri dan warga Desa Cogreg, Kec. Parung, Kab. Bogor, Jadi selain menerima edukasi dasar mengenai Manajemen Pemasaran, UKM Kemuning Mandiri dan warga yang diundang dalam pertemuan sosialisasi ini akan mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana cara melakukan strategi yang sesuai dalam memasarkan produk olahan lele yang akan membantu mereka secara tepat menentukan target pasar dan peluang pasar.

Tempat Waktu

Tempat, Sasaran pendengar dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat Kegiatan : Bumi Parung Permai Blok C-2 No.19 RT 06/07 Desa Cogreg, Kec. Parung, Bogor, Jawa Barat

Sasaran Kegiatan : Pengelola UKM dan Masyarakat Desa Cogreg

Hari/Tanggal : Minggu 27 Juni 2020

Jam : 09.00 – 12.00

Metode Pelaksanaan

Mengingat dari banyak permasalahan yang dihadapi, maka langkah yang dilakukan untuk mencapai maksud dan tujuan kegiatan ini adalah melakukan pendekatan kepada masyarakat terkait yaitu UKM melalui sosialisasi dan workshop serta pelatihan seperti pada penjelasan penerapan ilmu strategi pemasaran. dalam

pengembangan. jangkauan pasar dan daya tahan produk. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berlangsung di UKM Kemuning Mandiri yang berlangsung pada Juni 2021. Kegiatan ini dipandu oleh tim pelaksana tenaga pengajar dari Universitas Pamulang dengan melibatkan peran instansi terkait, baik perangkat desa maupun masyarakat.

Metode pelatihan yang akan diterapkan untuk mendapatkan solusi atas permasalahan di UKM Kemuning Mandiri berbasis problem solving adalah penyampaian pendapat dari kelompok Manajemen Pemasaran I. Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) akan berlangsung di Bumi Parung Permai blok C-2 No 19 RT 06/07 Cogreg, Parung, Bogor , Jawa Barat pada bulan Juni 2021, sebagai berikut:

Metode Sosialisasi

Sosialisasi ini direncanakan untuk membantu memotivasi para UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg melalui pertemuan secara langsung dengan didahului oleh pemaparan mengenai pengertian dasar mengenai ilmu Manajemen Pemasaran dan keterkaitannya dengan aktivitas perekonomian sehari-hari yang terjadi di UKM Kemuning Mandiri. Dalam pemecahan masalah yang akan kami sampaikan, tim akan menyampaikan juga materi dalam bentuk power point yang memudahkan anggota UKM dan masyarakat memahami dasar manajemen Pemasaran dan memberikan contoh kasus sederhana dalam mengemas produk agar dapat menarik perhatian konsumen. Jadi selain menerima edukasi dasar mengenai Manajemen Pemasaran, UKM Kemuning Mandiri dan warga yang diundang dalam pertemuan sosialisasi ini akan mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana cara melakukan strategi yang sesuai dalam memasarkan produk olahan lele yang akan membantu mereka secara tepat menentukan target pasar dan peluang pasar. Label dan kemasan produk akan sangat mempengaruhi keinginan konsumen

untuk membeli dan dapat meningkatkan daya Tarik tersendiri pada produk yang dipasarkan, dari hal tersebut UKM Kemuning Mandiri akan mendapat keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan produk yang berhasil mereka jual. Pada akhirnya, hal tersebut akan membawa mereka lebih dapat memahami konsep secara keseluruhan sebuah Manajemen Pemasaran.

Tahap rencana pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam pengabdian masyarakat peminatan keuangan ini adalah meliputi:

Tahap persiapan. Dalam tahap persiapan, kami akan mempersiapkan diri dengan memahami literatur yang berkaitan dengan konteks UKM Kemuning Mandiri sehingga kami memahami dari sisi aturan atau kebijaksanaan yang berlaku secara hukum pemerintahan.

Kami akan menentukan bagian yang dari sisi potensinya sangat sayang untuk tidak dikembangkan namun belum mendapatkan cukup perhatian dalam mengembangkan potensi yang ada tersebut. Kami akan memulai dengan audiensi awal dengan Pemaparan Ketua UKM agar dapat menemukan potensi yang masih perlu dikembangkan dari konteks UKM Kemuning Mandiri.

Penyusunan pelaksanaan kegiatan sosialisasi peran manajemen pemasaran bagi para pelaku ekonomi guna memotivasi mereka sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan anggota UKM Kemuning Mandiri

Metode Kegiatan

Penyuluhan, Pemaparan, Diskusi dan tanya jawab seputar manajemen pemasaran produk UKM Kemuning Mandiri.

Langkah yang kami lakukan untuk menggapai tujuan serta sasaran dari kegiatan ini maka dilakukan pendekatan-pendekatan ke instansi terkait dan masyarakat melalui sosialisasi dan workshop serta pelatihan berupa penjelasan tujuan manajemen keuangan dan digital marketing Pembuatan ini akan dibimbing oleh tim.

Melalui pemberian pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan, sebagai berikut” :

Perencanaan pelatihan dibuat guna mengembangkan kemampuan sumber daya manusia dalam mengimplementasikan manajemen keuangan dan digital marketing dengan cara “identifikasi, pengkajian serta proses belajar yang terencana”. Guna mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi, tim nantinya melakukan kegiatan pelatihan bagi UKM Kemuning Mandiri serta warga Desa Cogreg Parung Bogor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pra Kegiatan

Universitas Pamulang (UNPAM) transparan pada saat kegiatan-kegiatan pengabdian kepada masyarakat(PKM) dengan berbagai instrument masyarakat untuk mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan, kelembagaan, teknologi dan juga seni dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi seperti penelitian, pendidikan, dan pengabdian. UNPAM juga memiliki koneksi dengan berbagai organisasi dan institusi lain diantaranya pemerintahan pusat, pemerintahan provinsi, pemerintah kabupaten, wirausaha, swasta maupun lapisan masyarakat lainnya.

Meskipun letak lokasi kampus UNPAM kini berada di provinsi Banten tidak mengurangi para mahasiswanya untuk berkontribusi kepada masyarakat untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di Parung, Bogor. Sudah sepantasnya keberadaan Universitas Pamulang (UNPAM) mampu memberikan manfaat serta solusi yang dihadapi masyarakat diseluruh Indonesia. Awal kami mengadakan survey ke lokasi UKM Kemuning Mandiri yang akan menjadi lokasi untuk pengabdian kepada masyarakat (PKM), Kemudian dilanjutkan dengan pengajuan proposal pengabdian kepada LPPM Unpam.



Gambar 1 : Pemberian Apresiasi



Gambar 2 : Pelaksana PKM

Penerapan Ilmu Manajemen dalam kemajuan UKM Kemuning Mandiri dapat memberikan dampak positif bagi ekonomi anggota dan masyarakat sekitar, produk olahan lele menjadi sumber pendapatan tambahan untuk ibu rumah tangga di Desa Cogreg. Pada masa pandemic ini permintaan dan penawaran penjualan menurun drastis sehingga membutuhkan inovasi – inovasi manajemen marketing dan sumber daya manusia (SDM). Dalam upaya meningkatkan omset penjualan bagi UKM UKM Kemuning Mandiri, di tengah pandemi Covid-19 ini melalui Upaya pemasaran dan meningkat omset Teknologi tanpa harus selalu buka kios/toko nyata. dengan kecanggihan teknologi UKM Kemuning Mandiri dapat mempromosikan dan menjual

produknya dengan mengakses aplikasi seperti Facebook, Instagram, Whatsapp Dan lain-lain, serta juga dapat bekerjasama dengan Grab atau GoJek untuk pengiriman pesanan produk lele tidak hanya disekitar pasar Bogor saja tapi bisa seluruh Jabodetabek dan mungkin apabila pemanfaatan teknologi dilakukan dengan baik dapat menggapai seluruh pasar Indonesia. dengan produk yang di inovatif diharapkan UKM Kemuning Mandiri dapat berkembang walaupun pada saat Pandemic Covid-19. Melalui inovasi pada manajemen sumber Daya Manusia diharapkan ibu rumah tangga yang tergabung di UKM Kemuning Mandiri dapat meningkatkan potensinya masing-masing demi tercapainya tujuan UKM.

Lele ialah ikan yang dapat dibudidayakan di air tawar dan kondisi perairan lainnya, ikan ini sangat populer dikarenakan harganya yang terjangkau serta rasa dagingnya yang lezat. ikan lele sendiri dibudidayakan dengan tujuan dapat dikonsumsi masyarakat. Peluang-peluang dari budidaya lele masih sangat terbuka lebar, dikarenakan peminat lele yang terus bertambah di masyarakat. Ikan lele merupakan ikan konsumsi digemari konsumen berbagai kalangan karena tekstur daging yang sangat lembut, memiliki sedikit tulang, tidak memiliki tulang halus yang dapat mengganggu saat makan seperti ikan mas dan murah. “Ikan lele merupakan ikan tanpa sisik yang memiliki tubuh memanjang agak pipih. Ikan lele juga memiliki kumis yang panjang di bagian sekitar mulutnya. Ikan lele aktif bergerak mencari makan pada malam hari. Sedangkan pada siang hari ikan lele berdiam diri dan berlindung di tempat-tempat yang gelap (Berlin Sani, 2016)”.

Aneka olahan lele merupakan salah satu makanan lele. Keunggulan lain dari ikan giling dibandingkan dengan bahan hewani lainnya adalah ikan tersebut memiliki kadar leusin dan lisin yang tinggi. Leusin memiliki asam amino esensial yang berguna untuk perkembangan dan

pertumbuhan anak-anak serta menjaga keseimbangan nitrogen.

“Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas perairan sekitar 5,8 juta km² (75 persen dari total wilayah Indonesia) yang terdiri dari 0,35 juta km² perairan territorial, 2,8 juta km² perairan laut nusantara, dan 2,7 juta km² laut ZEEI (Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia). Selain itu, wilayah pesisir dan lautan Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan dan keanekaragaman hayati (biodiversity) laut terbesar di dunia. Potensi Perikanan Indonesia sangatlah banyak baik dari segi perikanan darat dan laut (Dahuri, R. 2002)”.

Salah satu cara UKM untuk mengatasi harga ikan lele yang tidak sama pada setiap ukuran, maka diversifikasi produk olahan menjadi sangat penting terutama pada ikan lele yang berukuran cukup besar dengan jumlah per kg sebanyak 5 ekor. Tahap awal mengolah berbagai makanan olahan dari ikan lele adalah dengan membuat fillet lele. Fillet merupakan irisan daging tanpa sisik dan tulang yang mana bagian ikan akan diperoleh dengan teknik penyayatan ikan utuh ke tulang belakang, dimulai dari bagian belakang kepala di potong tipis hingga mendekati bagian ekor. Tulang bagian belakang serta tulang rusuk yang membatasi bagian badan dengan rongga perut tidak terpotong ketika penyayatan. Dengan cara-cara penyayatan ini, maka duri dari tulang ikan lele yang tertingga; pada daging fillet umumnya hanya sedikit. Ikan lele yang difillet minimal memiliki ukuran 250 gram satu kg 4 ekor, dari satu kg ikan dapat menjadi 250-300 gram fillet, sehingga untuk menghasilkan satu kilogram fillet ikan, diperlukan 3 – 4 kg ikan utuh. Setelah ikan lele di buat fillet, maka selanjutnya bisa dibuat beberapa produk olahan lain seperti berikut di bawah ini :

Nugget Ikan dengan bahan dasar ikan lele adalah salah satu dari banyak bentuk produk olahan ikan. Pembuatan nugget sendiri biasanya dikarenakan bahan baku yang melimpah atau kerangnya minat jika dikonsumsi secara langsung. Ikan olahan

yang diubah bentuk menjadi Nugget dapat juga dimaksud untuk memberikan rasa pada produk-produk lain yang kurang memiliki nilai jual, nugget ikan lele ialah makanan ringan yang juga dapat menjadi lauk siap saji. Nugget ikan lele nantinya akan dilapisi dengan tepung dan dibentuk dengan ukuran kecil agar mudah saat konsumsi. Nugget ialah makanan yang digemari anak-anak maupun dewasa dikarenakan rasanya yang menggugah selera.

Kerupuk olahan dari ikan lele merupakan makanan ringan yang memiliki sifat kering dan renyah. Kerupuk ikan juga merupakan produk yang sangat disukai dikarenakan rasa yang enak, tahan lama, renyah, mudah dibawa dan disimpan dan juga dapat dinikmati kapanpun. Pembuatan kerupuk lele sangat mudah dilakukan dan biayanya cukup murah. Harga ikan lele yang ukurannya besar sediakan 5 ekor per kg saat ini berharga adalah Rp. 9000/kg, untuk mendapatkan satu kg daging fillet ikan lele dibutuhkan biaya sebesar Rp. 27.000. Hasil penjualan fillet ikan lele di harga

Rp. 36.000/kg, maka keuntungannya Rp. 9.000/kg.

Dari hitungan contoh analisa usaha nugget lele dapat kita berikan kesimpulan bahwa, dengan mengasumsikan biaya sebanyak Rp. 2.372.000 yang dikeluarkan untuk biaya pembelian peralatan investasi. Serta alokasi penggunaan biaya sejumlah Rp. 47.817 untuk biaya tetap dan untuk biaya variabelnya sendiri sejumlah Rp. 2.085.000 dan untuk biaya operasionalnya sendiri sejumlah Rp.2.132.817 berdasarkan perhitungan analisa dari usaha nugget lele diatas dapat diasumsikan bahwa hasil penjualan produk makanan nugget ikan lele setiap satu harinya sebanyak 13 porsi dan untuk harga satu porsinya ditetapkan hargasebesar Rp. 8.000 karenanya rata-rata dari hasil penjualan nugget ikan lele akan didapatkan uang sebesar Rp. 104.000. Namun apabila usaha tersebut dihitung untuk jangka bulanan maka perolehan keuntungannya sebesar Rp. 987.183 dengan perkiraan modal yang kembali dalam jangka waktu 2 bulan. Dengan perhitungan



diatas dapat jabarkan bahwa jika penjualan makanan olahan produk nugget ikan lele yang UKM jalankan sangat menguntungkan dikarenakan memiliki harga jual terjangkau.

Berdasarkan analisis five why, didapatkan akar masalah yang sedang dihadapi oleh nugget lele Mantap Sangat.

Mengapa sales nugget lele hanya 20-50 bungkus per minggu? Sebab, hanya sedikit customer yang berminat dalam membeli nugget lele.

Mengapa hanya sedikit customer yang membeli nugget lele UKM? Sebab, tidak banyak orang yang tahu adanya nugget lele UKM.

Mengapa hanya sedikit orang yang tahu adanya nugget lele UKM? Sebab, hanya sedikit orang yang melihat usaha-usaha komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh nugget lele UKM.

Mengapa hanya sedikit orang yang melihat usaha-usaha komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh nugget lele UKM? Sebab, pihak UKM tidak mencanangkan program usaha-usaha komunikasi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar.

Mengapa pihak UKM tidak mencanangkan program usaha-usaha komunikasi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar? Sebab, pihak UKM tidak tahu caranya untuk membuat program usaha-usaha komunikasi pemasaran yang efektif.

Beragam olahan lele yang dijual UKM Kemuning Mandiri memiliki harga variasi antara Rp. 13.000 s/d Rp. 17.000. tentunya tidak mahal untuk mendapatolahan nungget lele dengan ukuran 250 gram, dan otak – otak seharga Rp. 15.000 s/d Rp. 17.000. Sangat terjangkau bagi ibu rumah tangga dan mahasiswa kos pada umumnya. Olahan nungget Kemuning menggunakan hampir 80 % daging ikan lele pilahan dengan kualitas bagus, dan ditambah dengan rempah berkualitas, tambahan tambahan lain seperti tepung menciptakan nungget lele Kemuning bercitarasa nikmat dan khas, dan yang terpenting terbukti tanpa bau amis sama sekali. Untuk pembuatannya dilakukan 2x

dalam satu minggu yaitu pada hari minggu (stok I) dan hari rabu (stok II). Dalam satu kali pembuatan memproduksi 40-80 porsi nungget, dan 10-25 porsi otak-otak. Dengan adanya inovasi nugget dari ikan lele ini akan memberikan nilai lebih untuk nilai ikan lele itu sendiri, tidak hanya itu menjamurnya petani ikan lele membuat mudahnya mencari bahan utama nugget, Manfaat yang didapat tidak hanya meningkatkan kreatifitaspada makanan olahan nugget namun juga membantu para petani ikan lele yang kesulitan untuk bisa menjual hasil tani ikan lele.

Keunggulan Produk

Keunggulan dari UKM Kemuning Mandiri ialah ikan yang dipakai merupakan ikan fresh dan hanya menggunakan pakan pellet serta daun-daunan (daun talas), selain itu kolam yang digunakan juga dengan media terpal sehingga ikan dijamin tidak berasa tanah.

Dari segi bahan-bahan olahan menggunakan bahan-bahan dengan merk ternama dan teruji kenikmatannya, disamping itu nugget yang dihasilkan juga tidak menggunakan bahan pengawet dan penyedap rasa.

Dari packaging menggunakan toples transparan, selain lebih praktis, lebih higienis, dan aman bagi kesehatan karena tidak dibungkus dengan plastik.

Olahan nungget dari lele terjamin tidak beraroma amis dan berbau kurang sedap. Bahan pendukungnya juga menggunakan bahan berkualitas tinggi dan terjamin.

Tidak hanya hal tersebut, Nungget lele ini juga tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna, meskipun tidak memakai pengawet nugget ini mampu bertahan selama 15 hari di suhu <180 C, dan selama 3 hari disuhu ruangan.

Untuk tempat produksi dilakukan di Tempat tinggal pemilik usaha di desa Cogreg kecamatan Parung kabupaten Bogor dengan pertimbangan Dekat dengan bahan baku, tempat yang layak untuk



digunakan berproduksi, tenaga kerja mudah didapat dengan biaya murah.



Gambar 3 : Produk Yang Dijual

Yang menjadi target pasar untuk penjualan nugget lele adalah anak-anak berkisar umur <15 tahunan Ibu Rumah Tangga. Untuk bentuk usaha nugget lele persaingannya cukup ketat karena banyak orang-orang kreatif yang memanfaatkan daging lele sebagai pengganti daging sapi atau ikan. Namun tidak menjadi ancaman, karena nugget lele (Kemuning) memiliki kualitas dan keunikan rasa yang unggul.

Target pasar produk

- Anak-anak <15 tahun
- Ibu Rumah tangga.
- Target penjualan produk, 19 porsi per hari. Penjualan akan ditargetkan meningkat dikisaran 10% hingga 30% perharinya.

Strategi Pemasaran

- Bentuk pelayanan menerapkan sistem penyediaan Barang dan pesanan (baru akan dilayani ketika terdapat pesanan).
- Untuk delivery dikenakan biaya delivery Rp. 10.000,00 melebihi radius 500meter pada jam 7.00-17.00
- Biaya bebas delivery pada jam 17.00-20.00

- Untuk pelayanan pesan antar lewat nomor hotline, juga dapat dilakukan melalui facebook, email dan twitter.
- Menggunakan desain merek yang menarik dengan warna orange pada tulisan BLACK mempunyai arti warna yang hampir sama dengan keju yang ada dalam nugget, dan garis hitam dibawah berarti kumis dari lele
- Terdapat slogan No kolesterol, No pengawet
- Media promosi adalah dari mulut ke mulut, pembuatan akun untuk facebook dan twitter, serta promosi lewat Blog usaha
- Untuk promosi akan dilakukan melalui pemberian tester untuk bisa dicoba tanpa membeli

Risiko Usaha

- Penjualan nugget yang tidak habis terjual dalam satu hari tersebut dikarenakan mengakibatkan adanya biaya penyimpanan sebesar 8rb/hari
- Sebagian besar orang masih berasumsi bahwa olahan ikan lele maka akan beraroma amis
- Apabila dalam 3 hari x 24 jam belum terjual maka harus dilakukan pembuangan karena nugget yang diproduksi tidak menggunakan bahan pengawet

Kesimpulan

1. UKM Kemuning Mandiri dan Warga Desa telah mendapatkan penyuluhan dan pelatihan strategi kemasan yang baik untuk produk Nugget Lele, Bakso Lele dan Kerupuk Lele.
2. Produk UKM dapat disimpan lebih lama meskipun tanpa pengawet, sehingga menjadi motivasi dan tidak khawatir bila produk tidak cepat laku terjual.
3. Para peserta menjadi termotivasi untuk membuat produk lebih bervariasi dalam jumlah besar seiring dengan bertambah wawasan mengenai strategi pemasaran yang sebelumnya

hanya lewat mulut ke mulut (WoM) sekarang menuju pemasaran online di market place dan WA bisnis.

Saran

1. Agar UKM dan Warga Desa Cogreg dapat melanjutkan pemasaran dengan strategi online yang lebih luas, seperti di IG Bisnis, FB marketing, Twitter Bisnis dan WA Bisnis, atau di Market place Shopee, Toko Pedia Bukalapak dan sebagainya.
2. UKM dan Warga Desa dapat terus berkreasi dalam mendesain kemasan

sehingga pelanggan lama tidak mudah bosan, dan dapat terus menarik pelanggan baru.

3. Semoga kerjasama Universitas Pamulang dan UKM di Desa Cogreg dapat terus berlanjut, sehingga akan semakin berkembang dan tumbuh UKM baru sehingga warga desa semakin sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitri. (2011). *Community Development Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Asakdiyah, S., & Sulistyani, T. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen, STIE YKPN*.
- Astawan, M. (2009). *Food and Beverage-Lele Asap*.
- Chatib, Munif. (2011). *Gurunya Manusia: Menjadikan Semua Anak Istimewa dan Semua Anak Juara*. Bandung: Mizan Pustaka.
- David, F. R., Ali, A. J., & Al-Aali, A. Y. (2009). *Strategic Management: Concepts and Cases*.
- DuPuis, S., & Silva, J. (2008). *Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging*. Rockport Publishers.
- Erlyna Wida Riptanti dan Choirul Anam. (2014). Laporan IbM Pengembangan Usaha Berbahan Baku Lele di Kabupaten Boyolali. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Fitri, D. A., & Mansur, M. (2018). Pelatihan Desain dan Promosi Online Produk Kerupuk Ikan dan Kerupuk Sagu di Kuala Alam Kecamatan Bengkalis. *Batoboh*, 3(1), 48-54.
- Fuad, M., Bulan, T. P. L., & Chandra, R. (2018). Pendampingan Pembuatan Merek Usaha, Desain Kemasan Serta Pengurusan IUMK Sebagai Upaya Penguatan Daya Saing Produk Terasi Desa Simpang Lhee Kecamatan Langsa Barat–Kota Langsa. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 2(1), 1-8.
- Hantoro, M. R. (2018). Eksplorasi Desain Kemasan Berbahan Bambu Sebagai Produk Oleh-Oleh Premium Dengan Studi Kasus Produk Makanan UKM Purnama Jati Jember (Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Hardian, H., & Sari, D. K. S. (2018). Perancangan Desain Kemasan Produk Minuman Teh Dengan Metode Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Teknik Industri*, 5(1).
- Hidayat, T. (2008). *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. MediaKita.

- Timorria, Lim F. (2019, Agustus 07) Kementerian Pertanian Dan BPS Selaraskan Data Populasi Hewan Ternak. *Bisnis.com*. <https://bit.ly/3lmWNfe> , Diakses pada 28 Juli 2021 pukul 14.00.
- Sarwani, S., Sunardi, N., AM, E. N., Marjohan, M., & Hamsinah, H. (2020). Penerapan Ilmu Manajemen dalam Pengembangan Agroindustri Biogas dari Limbah Kotoran Sapi yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N., Hamsinah, H., Sarwani, S., Rusilowati, U., & Marjohan, M. (2020). Manajemen Pengelolaan Budidaya Ikan Laut (Sea Farming) Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Tumanggor, M., & Kadim, A. (2019). Implementasi Ilmu Manajemen dalam Mewujudkan Pembangunan Masjid Raya Abdul Kadim, Yayasan Ar-Rohim, Kab. Musi Banyuasin, Propinsi Sumatra Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Sarwani, S., Sudaryana, Y., Sunardi, N., Hamsinah, H., & Nufus, K. (2019). Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Akar Wangi "USAR "Sentra Industri Akar Wangi di Kabupaten Garut, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).