

**UPAYA MENUMBUHKAN JIWA WIRAUSAHA PETERNAK LELE
MELALUI JARINGAN PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI
INFORMASI UNTUK MENINGKATKAN DAYA JUAL LELE
(PETERNAK LELE DI DESA BANGKOK, GURAH, KEDIRI)**

Silvia Qoirun Nisa ¹⁾,
Dhiyan Septa Wihara ²⁾

Universitas Nusantara PGRI Kediri ¹⁾²⁾

silvianisa75@gmail.com, dhiyansept@unpkediri.ac.id

Received : Apr 20 th 2022	Revised : May 1 th 2022	Accepted : May 9 th 2022
---	---------------------------------------	--

ABSTRAK

Kelompok Peternak lele “POKDAKAN” adalah sebuah mitra usaha yang menghadapi suatu permasalahan yaitu harga jual lele segar/basah di pasaran cenderung rendah dan tidak sebanding dengan biaya yang diperlukan saat budidaya ikan lele mulai dari pembelian bibit lele, pembelian pakan, biaya pemeliharaan dan tenaga kerja. Permasalahan Kelompok Peternak lele “POKDAKAN” semakin sulit ketika musim panen harga lele mengalami penurunan yaitu dibawah harga standar yang beredar di pasaran sehingga keuntungan yang diperoleh sedikit.

Tujuan dari kegiatan Mathcing Fund ini untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu belum adanya motivasi dan semangat berwirausaha untuk memproduksi berbagai olahan lele. Kurangnya kreativitas dan terbatasnya inovasi untuk mengolah suatu olahan produk dari hasil panen lele tersebut, belum adanya relasi pemasaran produk dan pangsa pasar yang tepat serta minimnya pengetahuan tentang manajemen pemasaran usaha lele.

Tim Mathcing Fund mengawali program dengan melakukan sosialisasi pelatihan terhadap mitra yaitu dengan menyiapkan alat dan kebutuhan bahan untuk keperluan produksi kemudian diadakan penyuluhan di tempat pertemuan kelompok mitra. Setelah penyuluhan, selanjutnya dilaksanakan praktek langsung membuat olahan lele, pengemasan produk, branding produk dan manajemen pemasaran. Target luaran produk yang dihasilkan ada 3 jenis produk (nugget lele, stik lele, lele bumbu)

Kata kunci : Nugget lele, Stik Lele, Lele bumbu

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki ribuan pulau dengan jumlah 17.499 pulau dan luas total 7,81 juta km². Dengan luas wilayah laut seluas 3,25 juta km², ZEE (Zona Ekonomi Eksklusif) 2,55 juta km², sedangkan luas daratannya mencapai 2,01 juta km². Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. (Pratama, 2020). Luasnya wilayah perairan baik di laut maupun didarat menimbulkan

sebuah potensi besar utamanya di bidang perikanan.

Perikanan merupakan komoditas unggulan Indonesia. Pada rentan waktu tahun 2018 dan 2019 terjadi peningkatan ekspor hasil perikanan hingga 10.1% dengan nilai sebesar Rp 73.681.883.000 (Pratama, 2020). Maka dari itu potensi perikanan di Indonesia perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Menurut Dirjen Slamet, pada saat pandemi covid-19 tahun 2021 target produksi perikanan budidaya

mencapai 19,47 juta ton. Maka dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan sekitar 1,03 juta ton dari tahun sebelumnya yang hanya sekitar 18,44 juta ton.

Dari sekian ikan budidaya salah satu jenis ikan yang paling digemari ialah ikan lele. Budidaya ikan lele tergolong mudah dan ekonomis. Dengan jangka waktu panen 3-4 bulan, perawatan yang mudah, serta ketahanan ikan yang kuat membuat ikan ini digemari oleh pembudidaya ikan di Indonesia (Dirjen KKP, 2020).

Menyadari suatu potensi tersebut, maka kelompok POKDAKAN Sumber Rejeki di Desa Bangkok, kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri melakukan pembudidayaan ternak lele. Kelompok Budidaya Ikan Sumber Rejeki atau bisa disingkat "POKDAKAN" Sumber Rejeki merupakan kelompok yang beranggotakan masyarakat Desa Bangkok yang memiliki usaha sampingan yaitu beternak ikan lele. Kelompok ini berdiri pada 2017 dan bertujuan untuk merangkul masyarakat desa untuk bekerjasama dalam memajukan usaha ternak lele yang dimiliki oleh anggotanya. Adanya kelompok ini sangat membantu peternak dalam menghadapi masalah yang dialami peternak lele mulai dari pembudidayaan, manajemen pemasaran, hingga pengelolaan pasca panen. Saat ini POKDAKAN Sumber Rejeki sudah beranggotakan 30 anggota menempati lahan budidaya seluas 16 ha.

Wilayah Kabupaten Kediri terdiri dari 26 Kecamatan 343 Desa, 124 Desa merupakan wilayah dengan potensi perikanan. Menurut data dari BPS Kediri dalam jangka waktu 3 tahun, total produksi perikanan Kecamatan Gurah mengalami kenaikan, pada tahun 2018 total produksi sejumlah 261.480 kg menjadi 265.200 kg pada tahun 2020. Pada laman resmi Pemerintah Kabupaten Kediri menyebutkan bahwa Jumlah Total Produksi Lele mencapai 3.128.665 Kg/tahun (Kedirikab.go.id, 2022.). Perihal ini dapat dijadikan

selaku peluang untuk warga yang ingin membudidayakan ikan, salah satunya ikan lele.

Mengacu pada hasil dari penelitian Andri Akbar, dkk (2021) yang berjudul; "Inovasi Olahan Lele oleh Kelompok Bunda Koja sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Area PT. Pertamina (Persero) Integrated Terminal Jakarta" yang membuah hasil inovasi produk olahan lele berupa nugget, abon, stik, keripik tempe, kerupuk tulang ikan, olahan seperti biskuit tulang lele, brownies, pempek ikan lele, dan sebagainya dari pelatihan dan pendampingan yang diberikan berdampak pada meningkatnya kreatifitas dan perekonomian Kelompok Bunda Koja.

Hasil penelitian Anggraeni (2018) yang berjudul "Strategi Pengembangan Produk Olahan Ikan Lele (Clarias Sp) Suatu Kasus di UKM Mae Shetie dan UKM Abon Ikan Lele kota Cilegon" yang menghasilkan meningkatnya jaringan pemasaran online dan inovasi produk abon lele UKM Mae Shetie dan UKM Abon Ikan Lele kota Cilegon

Hasil Penelitian dari Sofia dan Yunita (2021) yang berjudul "Peningkatan Nilai Ekonomi Hasil Perikanan: Pengembangan Bisnis Produk Olahan Berbasis Ikan Lele (Clarias Spp)" yang menghasilkan meningkatnya pengetahuan bagi kelompok mitra tentang produk olahan lele yang dapat meningkatkan nilai produk serta meningkatnya motivasi berwirausaha kelompok mitra tersebut.

Potensi produksi perikanan budidaya ikan lele Desa Bangkok masih bisa terus berkembang, sebab budidaya ikan lele cenderung mudah, dan ekonomis. Menurut "Rosyad" salah satu pengurus POKDAKAN. Desa Gurah memiliki potensi perikanan darat yang paling dominan yaitu budidaya ikan lele. Peningkatan jumlah produksi ikan lele setiap tahunnya tidak dibarengi dengan harga jual yang memadai. Kelompok Peternak lele 'POKDAKAN' sulit mengambil tindakan ketika harga jual

tidak sebanding dengan biaya pemeliharaan ikan lele. Pengeluaran tersebut berupa pembelian bibit, pembelian pakan, serta upah tenaga kerja, kendala para peternak lele menjadi terasa dikala panen raya (saat pengeringan kolam). Para peternak melakukan lele setiap 3-4 bulan setelah penebaran bibit sekitar usia 2 minggu atau setelah lele mencapai ukuran 9-12 ekor/kg.

Para peternak lele biasanya menjual hasil panen kepada pengepul serta menjual langsung kepada masyarakat sekitar. Harga jual lele siap konsumsi sangat beragam, dimana pada saat panen harga lele per 1kg saat dijual ke pengepul dibeli Rp. 15.000,00. Sedangkan jika masuk ke dalam pasar harga jual lele per kg senilai Rp. 20.000,00. Dari harga lele tersebut menjelaskan bahwa harga lele sangat bervariasi dan cenderung dibawah harga standar sehingga keuntungan yang diperoleh sedikit.”

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terdapat beberapa masalah yang dapat diuraikan sebagai berikut: 1. Tidak ada keinginan ataupun motivasi untuk mengembangkan produk olahan lele, 2. Minimnya pengetahuan dan kurangnya kreativitas anggotanya utamanya dalam pengolahan daging lele, 3. Tidak adanya pengetahuan mengenai peluang pasar dan manajemen usaha terkait produk olahan ikan lele.

Maka sebab itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut kami melakukan strategi inovasi produk dari hasil olahan lele pasca panen serta melakukan pendampingan terkait manajemen pemasaran produk olahan lele berbasis digital agar dapat dengan mudah menjangkau masyarakat. Maka dalam memecahkan masalah tersebut Tim Mathcing Fund memiliki ide untuk melakukan suatu inovasi produk yang berjudul “Strategi Inovasi Produk Olahan Lele dan Manajemen Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Jual Lele (Peternak lele di Desa Bangkok, Gurah,Kediri).

TINJAUAN PUSTAKA

Ikan Lele

Ikan lele adalah jenis ikan air tawar yang mudah untuk dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia. Ikan lele dapat dibudidayakan di lahan dan sumber air yang terbatas dengan padat tebar tinggi, alat yang dibutuhkan pun mudah didapat dan modal yang dibutuhkan relatif rendah. Hal ini membuat budidaya lele di Indonesia berkembang dengan pesat (Sunarma, 2004).

Ikan lele merupakan jenis ikan yang kaya akan protein. Selain mengandung protein, ikan lele juga mengandung asam lemak tak jenuh yang bermanfaat untuk jantung (Asriani et al., 2019)

Tabel, Kandungan gizi dalam 100g ikan lele menurut Fatsecret Indonesia (Fatsecret Indonesia, 2007) :

No	Komposisi	Jumlah
1.	Energi	240 kkal
2.	Lemak	14,53g
3.	Kolesterol	69mg
4.	Protein	17,57g
5.	Karbohidrat	8,54g
6.	Serat	0,5g
7.	Gula	0,85g
8.	Sodium	398mg
9.	Kalium	326mg

Usaha Peternak lele

Usaha pembudidayaan adalah dimana pelaku usaha melakukan kegiatan pengorganisasian alam, tenaga kerja dan modal agar mendapatkan manfaat/kuntungan sebesar-besarnya. *Fish Culture* atau yang lebih dikenal sebagai budidaya ikan adalah kegiatan pengembangbiakan dan pengendalian pertumbuhan ikan (Kurniawan, 2013).

Pada dasarnya pembudidayaan ikan lele hanya mencakup pembenihan, pendederan dan pembesaran, namun dalam praktiknya pembenihan, pendederan, dan pembesaran tidak harus

dilakukan dalam satu unit usaha. Adapun usaha pembesaran ikan lele merupakan kegiatan pemeliharaan dan pembesaran ikan lele dari bibit sampai masa panen lalu dijual kepada konsumen.

Orang-orang beranggapan bahwa diperlukan lahan yang luas dan air yang banyak dalam memelihara ikan lele padahal ikan lele dapat dipelihara dilahan dan air yang terbatas (Amri & Khairuman, 2013). Kolam yang digunakan untuk pembesaran lele merupakan tempat untuk memelihara benih sampai menjadi ikan lele siap konsumsi. Ukuran kolam dapat seluas 200 m² hingga 500 m² tergantung pada sistem budidaya yang diterapkan. Terdapat tiga jenis kolam pembesaran lele yaitu kolam tanah (kolam irigasi, kolam tadah hujan, dan kolam rawa), kolam beton serta kolam terpal (Nasrudin, 2014)

Strategi

Secara bahasa asal usul kata strategi adalah bahasa Yunani "*strategia*" yang memiliki makna ilmu atau seni agar dapat menjadi seorang jenderal. Strategi juga dapat dikatakan sebagai siasat untuk memajemen kekuatan militer dengan membagi kekuatan dan jumlah pada daerah-daerah tertentu agar tujuan dapat tercapai (Tjiptono, 2014). Strategi adalah sarana pencapaian tujuan jangka panjang dengan menggunakan sarana bersama. Strategi merupakan suatu aksi potensial yang memerlukan sumberdaya perusahaan yang besar dan juga keputusan manajemen puncak (David, 2011).

Inovasi

Zimmerer dalam Suryana (2014) berpendapat bahwa inovasi merupakan kemampuan dalam menerapkan kreativitas guna memecahkan suatu persoalan dan peluang agar dapat meningkatkan taraf hidup. Hurley and Hult dalam Dewi (Suryana, 2014) mengartikan inovasi

sebagai sebuah mekanisme adaptasi perusahaan pada lingkungan yang terus berubah-ubah, oleh sebab itu perusahaan perlu membuahakan ide-ide baru, gagasan-gagasan baru, juga menawarkan produk yang inovatif dan peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan

Strategi Inovasi

Strategi Inovasi menurut Hittmár et al. (2010) adalah sarana dasar dalam penentuan inovasi bisnis yang mengacu pada strategi dan tujuan. Sedangkan menurut Kazinguvu (2016) inovasi strategis merupakan hasil karya dari strategi, teknologi, pelayanan, cara yang baru dalam melaksanakan sesuatu atau suatu bisnis model yang membuat permainan berubah sehingga menghasilkan nilai baru yang signifikan untuk konsumen.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode seperti pelatihan dan penyuluhan berupa seminar kepada POKDAKAN Sumber Rejeki yang berada di Desa Bangkok Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.

Wexley dan Yulk (dalam Mangkunegara, 2013) berpendapat bahwa pelatihan dan pengembangan mengacu pada kegiatan perencanaan dan pengaplikasian yang dilakukan agar dapat menguasai keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang baik oleh karyawan atau anggota perusahaan/organisasi. Pengembangan berfokus kepada keterampilan anggota/karyawan dalam pengambilan keputusan dan hubungan antar manusia (*human relations*).

Penyuluhan adalah metode pengedukasian yang bersifat promotif agar peserta penyuluhan mendapatkan pengetahuan dan dapat memperbaiki perilaku juga dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Ilyas & Putri, 2012)

Menurut Notoatmodjo (2018), metode penyuluhan dibagi menjadi tiga, yaitu:

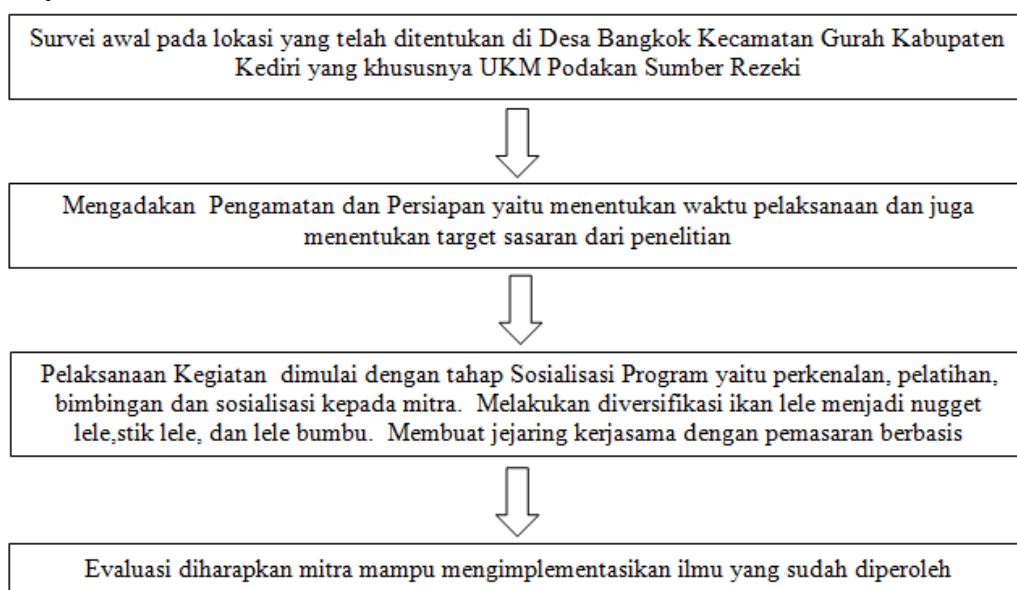
1. Metode individual
Penyuluhan disampaikan pada individu, misalnya melakukan kunjungan rumah.
2. Metode kelompok
 - a. Kelompok besar
Jika peserta penyuluhan berjumlah lebih dari 20 orang, maka metode yang digunakan adalah ceramah dan seminar.
 - b. Kelompok kecil
Jika peserta penyuluhan berjumlah kurang dari 20 orang, maka disebut kelompok kecil.
3. Metode penyuluhan massa (*public*)

Penyuluhan dapat dilaksanakan pada ada acara yang mengundang masa berjumlah besar seperti pada saat pesta rakyat atau acara kesenian tradisional. Selain itu, penyuluhan ini juga dapat dilaksanakan dengan cara memasang spanduk/*banner* atau poster di tempat umum atau tempat yang ramai

HASIL

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka dilakukan beberapa tahapan pelaksanaan. Tahapan pelaksanaan tersebut meliputi lokasi, mengadakan pengamatan dan persiapan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi.

Tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 1.1 Tahapan Pelaksanaan

Survei awal

Tahap survey dilakukan di Desa Bangkok Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri yang khususnya Podakan Sumber Rezeki, tujuan dari survey ini untuk mengetahui secara langsung kondisi lingkungan POKDAKAN yaitu dengan metode wawancara dan observasi untuk memperoleh data berupa kondisi usaha

POKDAKAN Sumber Rezeki, kendala yang dialami, serta potensi-potensi yang dapat dikembangkan.

Berdasarkan hasil observasi POKDAKAN Sumber Rezeki memiliki usaha ternak lele yang memiliki tingkat produksi yang baik dan stabil sehingga cocok untuk dikembangkan menjadi unit usaha lain dengan produk berupa produk olahan makanan dari ikan lele.



Gambar 1.2 Survey Lapangan Dan Potensi Usaha

Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan meliputi :

1. Menumbuhkan kreativitas anggota melalui pelatihan ini sehingga dapat memproduksi olahan berbahan dasar lele agar menambah nilai jual suatu produk. Dengan mengimplemetasikan teknologi saat proses produksi berbagai pengolahan produk lele yaitu nugget, stik dan lele bumbu.

Sosialisasi Program yang kami laksanakan mencakup: pengenalan, pelatihan, bimbingan dan sosialisasi kepada mitra.

Materi yang kami sampaikan adalah tentang bagaimana membuat inovasi produk olahan lele dan bagaimana cara memasarkannya baik secara online maupun offline.



Gambar 1.3 Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Lele

2. Mengarahkan mitra untuk melakukan berinovasi dengan mengolah lele menjadi produk olahan yang baru dengan nilai jual lebih tinggi. Produk yang kami kenalkna berupa nugget lele , stik lele, dan lele bumbu. selain itu kami juga memberi pelatihan tentang bagaimana manajemen terkait pemasaran produk olhan tersebut

penggilingan daging yang dicampur dengan bumbu dan rempah, kemudian dicetak dengan bentuk yang unik dan khas lalu dilumuri dengan tepung roti pada bagian luarnya. Nugget lele berbahan dasar daging ikan lele sebanyak 60%, dari keseluruhan bahan. Berikut adalah komposisi dari *nugget* lele:

Tabel 1.1 Komposisi Produk Nugget Lele

Bahan pembuatan nugget	Jumlah (g)	Komposisi (%)
Daging ikan lele	330	60,0
Tepung panir	80	14,5
Telur	50	9,1
Wortel	50	9,1
Tepung sagu	20	3,6

Hasil pelaksanaan kegiatan ini kepada POKDAKAN Sumber Rezeki berupa inovasi produk olahan ikan lele berupa nugget lele, stik lele, lele bumbu yang nantinya dapat meningkatkan nilai ekonomis dari lele itu sendiri.

1. *Nugget* lele
Merupakan produk olahan dari hasil

Bawang putih	5	0,9
Bawang merah	5	0,9
Gula	5	0,9
Garam	3	0,5
Lada	2	0,4

Proses pembuatan yang pertama adalah pencampuran daging ikan lele, kuning telur, bawang putih yang sudah dihaluskan, garam, dan gula menggunakan blender. Selanjutnya adonan tersebut diberi wortel dan tapioka lalu diaduk hingga rata. Setelah itu adonan yang sudah jadi dikukus selama 30 menit. Setelah matang adonan kemudian dipotong sesuai ukuran yang diinginkan lalu dilumuri dengan tepung tapioka, kemudian putih telur, dan yang terakhir tepung panir. *Nugget* pada tahap ini sudah dapat dikemas atau langsung digoreng.

Nugget ikan dibuat dari bahan dasar ikan, kemudian digiling dan diberi dengan bumbu-bumbu. Setelah itu nugget bisa dicetak sesuai dengan selera dengan bentuk yang menarik lalu dibekukan. Nugget bisa digoreng kapanpun sesuai selera. Pengolahan ikan lele nugget mampu meningkatkan nilai tambah yaitu dari harga jualnya. Harga ikan lele yang dijual segar berkisar Rp 15.000,00 sampai dengan Rp 20.000,00 per kilogram, tetapi jika diolah dalam bentuk nugget maka pengolahan akan mendapatkan nilai selisih yang lebih tinggi. Untuk pengelolaan ikan lele menjadi nugget lele dapat meningkatkan pendapatan mitra. Satu kilogram ikan lele dapat menghasilkan 4 kotak nugget lele dengan berat 200 gram/box. Harga dalam satu kotak dijual oleh mitra Rp.13.000, sehingga dalam 1 kilogram lele mitra mendapatkan penjualan Rp.52.000. Pengolahan ikan lele menjadi nugget memberikan tambahan nilai yang nyata.

2. Stik lele

Merupakan olahan berbahan dasar tepung terigu, telur, mentega dan bahan pelengkap lainnya. Stik merupakan salah satu makanan ringan atau jenis kue kering berbahan dasar tepung terigu

yang digoreng. Komposisi produk stik lele dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.3 Komposisi Produk Stik Lele

Bahan Pembuatan stik lele	Jumlah (g)
Daging ikan lele	500gr
Tepung	1kg
Tepung sagu	200gr
Garam	65gr
Bawang putih	1ons
Telur ayam	2butir
Mentega	100gr
Minyak	1ltr
Tepung kanji	100gr
Gula	30gr
Meica	20gr

Proses pembuatan yang pertama adalah blender daging lele hingga lumat. Setelah itu, campurkan dengan telur, dan minyak kemudian dimasukkan kedalam campuran tepung terigu, tepung sagu, garam, gula, dan merica. Campuran diaduk, kemudian diuleni hingga kalis. Adonan kalis dicetak menjadi bentuk stik menggunakan pasta maker. Stik selanjutnya digoreng dengan minyak panas.. Diversifikasi produk olahan ikan lele menjadi stik lele mampu meningkatkan pendapatan mitra dalam penjualan. Dalam satu kali resep menghasilkan 1,4kg adonan, dari adonan tersebut menjadi 17 bungkus kemasan stik lele seberat 100gr, harga jual per kemasan seharga Rp. 12.000.

3. Lele bumbu

Adalah produk olahan berbahan dasar lele mentah yang sudah diracik oleh bumbu dan dikemas dengan menggunakan mesin press sehingga lele dapat bertahan lebih lama dan siap untuk dimasak. Komposisi produk lele bumbu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.3 komposisi lele bumbu

Bahan pembuatan lele bumbu	Jumlah (g)
Ikan lele	1kg
Garam	2sdm
Bawang putih	5 siung
Kunyit	1 siung
Jahe	2 siung

Ketumbar	1sdm
----------	------

Proses pembuatan yang pertama adalah mencuci bersih ikan lele, lalu haluskan bumbu bawang putih, garam, kunyit, jahe, ketumbar. Setelah itu lumuri ikan lele dengan bumbu yang sudah dihaluskan, lalu lele yang sudah diberi bumbu dimasukkan ke box, dan di letakkan di lemari pendingin. Dalam 1kg ikan lele menghasilkan 3 box lele

bumbu yang berisi per box sejumlah 5 ekor lele.

POKDAKAN Sumber Rezeki tampak antusias dalam pelaksanaan pelatihan inovasi produk olahan ikan lele yang kami laksanakan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat membantu mitra sebagai solusi yang kreatif dan inovatif dalam memecahkan permasalahan yang dialami oleh mitra pada saat harga lele mengalami penurunan yang cukup drastis.



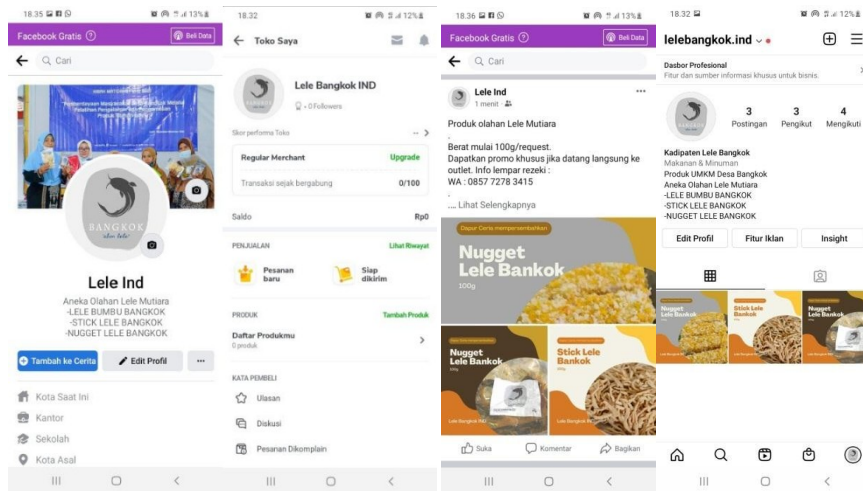
Gambar 1.4 Hasil Jadi Produk Olahan Lele (Nugget Lele, Lele Bumbu, Stik Lele)

Membuat jejaring kerjasama dengan pemasaran berbasis teknologi

Saat pelatihan berlangsung kami memberikan contoh kasus sederhana dalam mengemas produk agar menjadi daya tarik bagi konsumen. Selain menerima edukasi dasar mengenai manajemen pemasaran, anggota POKDAKAN sumber rejeki akan mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana cara melakukan strategi yang sesuai dalam memasarkan produk olahan lele seperti 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 promosi melalui digital (online) yaitu Instagram, Bukalapak, Shopee dengan memaksimalkan hal-hal

positif, teknik promosi penjualan dengan ikut pameran dan membagikan sampel kepada masyarakat. Sehingga yang nantinya akan membantu POKDAKAN Sumber Rezeki secara tepat dalam 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 POKDAKAN Sumber Rezeki 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 dari sebuah Manajemen Pemasaran.



Gambar 1.5 Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Teknologi

Evaluasi

Pada tahap ini kami meninjau kembali kekurangan-kekurangan dari rangkaian kegiatan yang telah kami laksanakan bersama mitra. Hal ini bertujuan agar kegiatan selanjutnya dapat terealisasi secaramaksimal dan kesalah-kesalahan di lapangan dapat diperbaiki. Beberapa hasil dari evaluasi tersebut ialah:

1. Pada tahapan ini didapati bahwa masih terdapat kekurangan dalam hal rasa produk olahan lele sehingga diperlukan pengembangan-pengembangan dalam pengolahan produk agar didapatkan resep olahan yang pas.
2. Diperlukan manajemen produksi yang lebih baik untuk menghemat pengeluaran terutam pada bahan baku dan kemasan
3. Diperlukan tambahan modal yang dikhususkan untuk biaya promosi agar produk olahan lele yang dibuat oleh mitra dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.
4. Relasi yang luas dan kerjasama dengan pemerintah baik desa maupun daerah juga diperlukan. Dengan menjadikan produk olahan lele mitra sebagai produk unggulan di daerah dan juga dapat dipamerkan di event-event yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.



Gambar 1.6 Evaluasi Kegiatan Usaha

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan kepada mitra dapat disimpulkan bahwa:

1. POKDAKAN Sumber Rejeki memiliki usaha ternak lele yang memiliki tingkat produksi yang baik dan stabil sehingga cocok untuk dikembangkan menjadi unit usaha lain dengan produk berupa produk olahan makanan dari ikan lele
2. Kegiatan pelatihan tentang inovasi produk olahan ikan lele dapat diimplementasikan oleh peserta sesuai dengan target yang diharapkan.
3. Produk olahan ikan lele berupa nugget lele, stik lele dan lele bumbu mampu meningkatkan nilai jual ikan lele.
4. Masih diperlukan pengembangan produk agar memperoleh cita rasa yang lebih enak, manajemen produksi yang baik, dan strategi

pemasaran yang baik agar produk dapat lebih dikenal dan dapat bersaing di pasaran.

SARAN

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan maka dapat diambil saran sebagai berikut:

1. Diperlukan percobaan terus menerus untuk kekurangan dalam hal rasa produk olahan lele sehingga diperlukan pengembangan-pengembangan dalam pengolahan produk agar didapatkan resep olahan yang pas.
2. Diperlukan manajemen produksi yang lebih baik untuk menghemat pengeluaran terutama pada bahan baku dan kemasan
3. Diperlukan tambahan modal yang dikhususkan untuk biaya promosi agar produk olahan lele yang dibuat oleh mitra dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.
4. Diperlukan Relasi yang luas dan kerjasama dengan pemerintah baik desa maupun daerah juga diperlukan. Dengan menjadikan produk olahan lele mitra sebagai produk unggulan di daerah dan juga dapat dipamerkan di event-event yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., Hendra, R., Ervina, A., & Rahmawati, R. A. (2021). Inovasi Olahan Lele oleh Kelompok Bunda Koja sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Area PT. Pertamina (Persero) Integrated Terminal Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, 285–292.
- Amri, & Khairuman. (2013). *Budi Daya Ikan*. Agromedia.
- Andayani, R. P., & Ausrianti, R. (2021). Diversifikasi Produk Olahan Lele Sebagai Alternatif Usaha Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas Kesehatan Perintis*, 2(2), 1–6.
- Anggraeni. (2018). Strategi Pengembangan Produk Olahan Ikan Lele(Clarias Sp) Suatu Kasus di UKM Mae Shetie dan UKM Abon Ikan Lele kota Cilegon. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11.
- Asriani, A., Santoso, J., & Listyarini, S. (2019). Nilai Gizi Konsentrat Protein Ikan Lele Dumbo (Clarias Gariepenus) Ukuran Jumbo. *Jurnal Kelautan Dan Perikanan Terapan (JKPT)*, 1(2).
<https://doi.org/10.15578/jkpt.v1i2.7257>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management* (12th ed.).
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Hittmár, Š., Varmus, M., & Lendel, V. (2010). Proposal of model for effective implementation of innovation strategy to business. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1194 – 1198.
- Ilyas, M., & Putri, I. (2012). Efek Penyuluhan Metode Demonstrasi Menyikat Gigi Terhadap Penurunan Indeks Plak Gigi pada Murid Sekolah Dasar. *Demonstrasi Jurnal Kedokteran Gigi*, 11(2).
- Kalori dalam Ikan Lele (100 gram) dan Fakta Gizi. (2007).
<https://www.fatsecret.co.id/kalori-gizi/umum/ikan-lele?portionid=50642&portionamount=100,000>
- Kazinguvu, N. (2016). Strategic Innovation in Management of small and Medium-Sized Manufacturing Companies in Rwanda. *Progr. Econ. Manag*, 3, 1–13.
- KURNIAWAN, D. (2013). *KAJIAN TINGKAT KESEJAHTERAAN KELUARGA PEMBUDIDAYA IKAN LELE DI DESA PURWONEGORO KECAMATAN PURWANEGARA KABUPATEN BANJARNEGARA* [Universitas Muhammadiyah Purwokerto].
<http://repository.ump.ac.id/4951/>

- Mangkunegara, A. A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Indomedia Pustaka.
- Nasrudin. (2014). *Jurus Sukses Beternak Ikan Lele Sangkuriang*. Redaksi Agromedia.
- No Title. (n.d.). Kabupaten Kediri. Retrieved February 2, 2022, from https://kadirikab.go.id/potensi_perikanan
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Pratama, O. (2020). *Konservasi Perairan Sebagai Upaya menjaga Potensi Kelautan dan Perikanan Indonesia*. DIREKTORAT JENDERAL PENGELOLAAN RUANG LAUT. <https://kkp.go.id/djprl/artikel/21045-konservasi-perairan-sebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-indonesia>
- Rijal, M. (2017). Diversifikasi Produk Olahan Ikan bagi Ibu-Ibu Nelayan di Dusun Mamua Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Biology Science & Education*, 2(6), 159–170.
- Sofia, L. A., & Yunita, R. (2021). Peningkatan Nilai Ekonomi Hasil Perikanan: Pengembangan Bisnis Produk Olahan Berbasis Ikan Lele (*Clarias Spp*). *Jurnal Pengabdian Inovasi Lahan Basah Unggul*, 1, 38–46.
- Sunarma, A. (2004). *Peningkatan Produksi Usaha Lele Sangkuriang*. Departemen Kelautan Dan Perikanan. <http://www.dkp.go.id/>
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Kesuksesan*. Salemba Empat.
- TARGET DAN PROGAM PRIORITAS PERIKANAN BUDIDAYA TAHUN 2021. (2020). DIREKTORAT JENDERAL PENGELOLAAN RUANG LAUT. <https://kkp.go.id/djpb/artikel/2602>
- 6-target-dan-progam-prioritas-perikanan-budidaya-tahun-2021
Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Offset.