

PENGENALAN OLAHAN EKADO LELE, PERAN PENTING KEMASAN DAN PEMASARAN ONLINE BAGI USAHA MIKRO DI KECAMATAN SUNGAI RAYA KABUPATEN KUBU RAYA

Kristina Novalina Nainggolan¹, Nani Nuraenah¹, Evi Fitriyani¹, Lukas Wibowo Sasongko¹, Ika Meidy Deviarni¹, Galih Setyo Adiguna¹, dan Yudha Perdana Putra¹

¹Program studi Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan, Jurusan Ilmu Kelautan dan Perikanan,

Politeknik Negeri Pontianak

Email Author: nainggolankristina2@gmail.com

Abstrak

Pengusaha mikro bidang olahan ikan di wilayah Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat umumnya masih mengelola usahanya secara konvensional. Adapun masalah umum yang dihadapi para pengusaha mikro tersebut adalah : kurangnya inovasi produk, belum memiliki branding untuk produknya, dan belum memanfaatkan pemasaran online secara maksimal. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) kali ini difokuskan untuk memberikan bimbingan teknis komperhensif berupa pengembangan inovasi produk melalui pengenalan olahan ekado lele, perbaikan desain kemasan produk, dan pengenalan sistem pemasaran online bagi para pengusaha mikro bidang olahan ikan di wilayah Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya. Kegiatan dilaksanakan dibulan November 2020, yang diikuti oleh 10 (sepuluh) orang peserta. Guna mengetahui manfaat dari kegiatan ini sekaligus sebagai alat evaluasi, para peserta diminta untuk mengisi kuisioner secara online dengan dua kali tahap pengisian, yaitu pada saat kegiatan utama dilaksanakan dan setelah 2 (dua) bulan kegiatan. Kesimpulan terhadap kegiatan PPM ini adalah bentuk bimbingan teknis komperhensif ini memberi pengaruh positif terhadap pengembangan usaha mikro mitra, meski tidak sebesar yang diharapkan. Situasi pandemi covid-19 sepertinya mempengaruhi lambatnya upaya pengembangan usaha para pengusaha mikro ini.

Kata kunci: usaha mikro, olahan ikan, ekado, kemasan, pemasaran online

Abstract

Micro-entrepreneurs in the fish processing sector in the Sungai Raya District, Kubu Raya Regency, West Kalimantan generally still manage their business conventionally. The general problems faced by these micro-entrepreneurs are: lack of product innovation, not having branding for their products, and not taking full advantage of online marketing. This Community Service (PPM) activity is focused on providing comprehensive technical guidance in the form of product innovation development through the introduction of processed catfish ekado, product packaging design improvements, and the introduction of an online marketing system for micro entrepreneurs in the field of processed fish in the Sungai Raya District, Kubu Raya Regency. . The activity was carried out in November 2020, which was attended by 10 (ten) participants. In order to find out the benefits of this activity as well as an evaluation tool, the participants were asked to fill out an online questionnaire with two filling stages, namely when the main activity was carried out and after 2 (two) months of activity. The conclusion of this PPM activity is that this form of comprehensive technical guidance has a positive influence on the development of partner micro-enterprises, although not as much as expected. The COVID-19 pandemic situation seems to have affected the slow pace of business development for these micro-entrepreneurs.

Keywords: micro business, processed fish, ekado, packaging, online marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting ekonomi di Indonesia. Hal ini terbukti dari kemampuan

UMKM melewati berbagai krisis ekonomi, baik krisis moneter 1998 maupun krisis 2008-2009 (Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015), padahal selalu ada perusahaan besar yang tumbang di tengah krisis. Ada 3

Unit Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Pontianak

faktor yang membuat UMKM memiliki daya tahan tinggi menghadapi krisis, yaitu: 1) barang dan jasa yang dihasilkan UMKM dekat dengan kebutuhan masyarakat; 2) UMKM umumnya memanfaatkan sumberdaya lokal, baik sumber daya manusia, modal, bahan baku, hingga peralatan; 3) bisnis UMKM cenderung memanfaatkan modal yang ada dan tidak terlalu bergantung pada pinjaman berbiaya besar (Meryana E, 2012). Adapun definisi usaha mikro menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 adalah suatu usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan paling banyak sejumlah Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) pertahunnya.

Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat memiliki potensi UMKM yang cukup besar, meski kebanyakan bergerak disektor mikro. Tercatat hingga kuartal IV tahun 2019 ada sekitar 274 usaha mikro yang khusus bergerak di bidang pangan, belum termasuk usaha lainnya (Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya, 2020). Beberapa diantaranya bergerak dibidang olahan produk perikanan, seperti ikan teri kremes, bandeng presto, krupuk ikan, dan stik bandeng. Namun seperti kebanyakan UMKM, usaha mikro olahan ikan tersebut masih dikelola secara konvensional. Hal ini terlihat dari jenis olahan yang bersifat umum, desain kemasan yang sederhana, serta model pemasaran yang bersifat offline, dimana pengusaha mikro berusaha memasarkan langsung produknya ke konsumen. Kondisi ini membuat para pengusaha mikro ini umumnya sulit berkembang ke level yang lebih tinggi karena keterbatasan pangsa pasar dan omset. Upaya yang dapat dilakukan untuk menguatkan level usaha mikro bidang olahan ikan adalah dengan melakukan bimbingan komperhensif melalui kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM).

Tujuan dari kegiatan PPM ini adalah : 1) memberi inspirasi diversifikasi produk olahan ikan bagi pemilik usaha mikro yang menjadi mitra kegiatan melalui pelatihan pembuatan ekado lele; 2) melakukan sosialisasi mengenai fungsi, jenis, dan karakteristik kemasan yang

baik sekaligus menarik bagi produk; 3) memberi pembimbingan tentang pemanfaatan media sosial, transportasi online, dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran online. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan PPM adalah: 1) para pengusaha mikro mitra kegiatan terinspirasi untuk melakukan inovasi produk olahan ikan guna memperkaya variasi produknya; 2) para pengusaha mikro mitra kegiatan memahami pentingnya fungsi dan peran kemasan serta memiliki desain kemasan yang menarik; 3) para pengusaha mikro mitra kegiatan mulai tergerak untuk memanfaatkan platform media sosial, transportasi online, dan *marketplace* sebagai wadah pemasaran produk mereka.

METODE PELAKSANAAN

Khalayak Sasaran

Sasaran utama kegiatan ini adalah pengusaha mikro yang bergerak di bidang olahan ikan, khususnya yang berada di kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya. Dasar pemilihan tersebut berdasarkan data yang dirilis oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya di awal tahun 2020, yang menunjukkan bahwa usaha mikro bidang olahan ikan cukup banyak ditemukan di wilayah kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya.

Waktu dan Tempat

Pelaksanaan kegiatan ini terbagi atas beberapa sesi kegiatan. Diawali dengan komunikasi awal dengan para mitra usaha mikro, sekaligus menetapkan bentuk waktu kegiatan PPM. Kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan PPM pada bulan November 2020.

Pelaksanaan PKM ini dilakukan di kediaman salah satu peserta kegiatan di wilayah Desa Sungai Raya Dalam, Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. Kegiatan tersebut diawali dengan sosialisasi pemasaran online dan desain kemasan. Selanjutnya dilanjutkan dengan demo kegiatan pembuatan ekado. Kegiatan ini diikuti oleh 10 (sepuluh) orang peserta yang pelaksanaannya tetap memperhatikan protokol kesehatan karena dilaksanakan di situasi pandemi covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Secara garis besar ada 3 (tiga) kegiatan

Unit Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Pontianak

utama yang dilaksanakan yaitu :

1. Pelatihan pembuatan ekado lele. Kegiatan dilakukan dalam bentuk praktek langsung.
2. Sosialisasi tentang peran, fungsi, dan jenis kemasan produk. Dalam sosialisasi ini ditunjukkan juga secara langsung model dan jenis kemasan yang umum digunakan untuk produk makanan.
3. Sosialisasi tentang peran, fungsi, dan model pemasaran online. Guna mendorong para peserta mempraktekkan langsung pemasaran online, maka para peserta diberi bantuan paket internet dalam bentuk dana.

Adapun foto pelaksanaan kegiatan PPM dapat dilihat pada *Gambar 1*.



Gambar 1. Pelaksanaan PPM yang meliputi sosialisasi dan praktek langsung

Formulasi Pembuatan Ekado Lele

Adapun formula pembuatan ekado lele yang digunakan dalam kegiatan PPM ini adalah sebagai berikut:

Bahan:

- Daging ikan 500 gr
- Udang 100 gr
- Tepung tapioka 100 gr
- Bawang putih 10 gr
- Garam 8 gr
- Gula 20 gr
- Minyak sayur 10 gr
- Bawang bombai
- Lada 5 gr
- Wortel 60 gr
- Daun bawang 20 gr
- Kulit tahu secukupnya
- Air es 100 gr

Cara pembuatan:

- Haluskan daging ikan yang sudah difillet.
- Ikan digiling dengan garam, gula, air es

(sebagian); digiling sekitar 4 menit; ditambahkan minyak, bawang putih, ditambahkan air es lagi secukupnya, lalu ditambahkan lada, dan sayur.

- Lalu ditambahkan tepung tapioka dan diaduk hingga rata.
- Setelah adonan jadi, dibungkus dengan kulit tahu yang sudah dipotong sesuai ukuran yang diinginkan.
- Kemudian adonan dikukus, setelah matang lalu ditiriskan.
- Jika sudah benar-benar dingin, baru dikemas lalu disimpan di *freezer*.
- Produk dapat digoreng sebelum dikonsumsi.

Metode Evaluasi

Untuk mengetahui manfaat dari kegiatan ini sekaligus sebagai alat evaluasi, para peserta diminta untuk mengisi kuisioner secara online dengan dua kali tahap pengisian. Tahap pertama pengisian kuisioner pada saat kegiatan utama dilaksanakan untuk mendapat data awal. Tahap kedua pengisian kuisioner sekitar 2 (dua) bulan setelah kegiatan utama dilaksanakan untuk mengetahui perkembangan kegiatan usaha yang para peserta lakukan.

Pembahasan Evaluasi Kegiatan

Deskripsi peserta kegiatan PPM terjabar pada *Tabel 1*.

Tabel 1. Deskripsi peserta kegiatan PPM

Jenis Informasi	Jumlah	Persentase
1) Jenis Kelamin:		
a. Laki-laki	7	70%
b. Perempuan	3	30%
2) Rentang Umur:		
a. 20 – 30 Tahun	9	90%
b. 31 – 40 Tahun	1	10%
c. 41 – 50 Tahun	0	0%
d. 50 Tahun ke atas	0	0%
3) Kepemilikan usaha:		
a. Memiliki usaha	6	60%
b. Tidak memiliki usaha	4	40%

Data pada *Tabel 1* menunjukkan bahwa 70% peserta kegiatan PPM ini merupakan laki-laki, sedangkan peserta perempuan hanya sebanyak 30%. Sedangkan rentang usia peserta kegiatan masih sangat muda, yaitu sekitar 90% berusia antara 20 – 30 tahun, sedang sisanya 10% berada direntang usia 31 – 40 tahun. Peserta yang memiliki usaha sebanyak 60%, sisanya sebanyak 40% belum memiliki usaha. Data tersebut menunjukkan bahwa saat ini banyak orang yang sudah memulai usahanya direntang usia yang masih cukup muda.

Informasi terkait variasi produk, kemasan

Unit Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Pontianak

produk, dan metode pemasaran para peserta yang memiliki usaha dapat dilihat pada *Tabel 2*.

Data pada *Tabel 2* memperlihatkan bahwa dari seluruh peserta yang memiliki usaha, sebagian besar (67%) hanya memiliki satu variasi produk, hanya sebagian kecil (33%) yang memiliki variasi produk lebih dari satu, itupun terbatas pada dua jenis produk. Selain itu, setengah dari peserta yang memiliki usaha produknya sudah dikemas dan diberi label, sedangkan sisanya hanya dikemas tanpa diberi label. Untuk metode pemasaran, sebanyak 83,3% peserta telah memanfaatkan metode pemasaran online sekaligus tetap memasarkan produknya secara konvensional dengan langsung memasarkan ke konsumen, sedangkan sisanya (16,7%) masih memasarkan produknya secara konvensional. Dalam kuisisioner juga ditanyakan pengaruh pandemi Covid-19 bagi pendapatan para peserta yang memiliki usaha, dan 83,3% peserta menyatakan pandemi Covid-19 memberi pengaruh negatif, yaitu pendapatan mereka menurun dikarenakan berkurangnya pembeli di masa pandemi ini.

Tabel 2. Variasi Produk, Kemasan, dan Metode Pemasaran Peserta Yang Memiliki Usaha

Jenis Informasi	Jumlah	Persentase
1) Variasi produk		
a. 1 jenis	4	67%
b. 2 jenis	2	33%
c. 3 jenis atau lebih	0	0%
2) Kemasan produk		
a. Dikemas dan berlabel	3	50%
b. Dikemas dan tidak berlabel	3	50%
3) Metode pemasaran produk		
a. Online saja	5	83,3%
b. Online dan pemasaran konvensional	1	16,7%
c. Pemasaran konvensional		
4) Apakah pandemi Covid-19 memberi pengaruh besar terhadap usaha anda?		
a. Ya	5	83,3%
b. Tidak	1	16,7%
5) Jika iya, pengaruhnya seperti apa? (pertanyaan terbuka) Pembeli berkurang sehingga pendapatan juga berkurang		

Selanjutnya, sekitar 2 (dua) bulan setelah kegiatan utama PPM dilakukan, kembali dilakukan survei terhadap peserta PPM untuk

mengetahui dampak kegiatan sekaligus bahan evaluasi. Informasi terkait perkembangan usaha para peserta kegiatan PPM tersaji pada *Tabel 3*.

Tabel 3. Dampak Kegiatan PPM

Jenis Informasi	Jumlah	Persentase
1) Apakah ada varian produk baru yang dikembangkan dalam kurun waktu 2 bulan terakhir ini?		
a. Ada	1	16,7%
b. Tidak ada	5	83,3%
2) Apakah ada perbaikan/penyempurnaan terhadap kemasan produk usaha anda dalam kurun waktu 2 bulan terakhir?		
a. Ada	1	16,7%
b. Tidak ada	5	83,3%
3) Apakah ada perbedaan/perubahan metode pemasaran dalam kurun waktu 2 bulan ini?		
c. Ya	1	16,7%
d. Tidak	5	83,3%
4) Apakah anda menggunakan jalur pemasaran online terhadap usaha anda dalam kurun waktu 2 bulan terakhir ini ?		
a. Ya	6	100%
b. Tidak	0	0%
5) Platform apa saja yang anda gunakan untuk memasarkan produk anda secara online?		
a. Facebook	5	83,3%
b. Instagram	1	16,7%
c. Tokopedia	1	16,7%
d. Sophee	1	16,7%
e. Lainnya		
6) Bagaimana pendapatan usaha anda selama 2 bulan terakhir ini?		
a. Berkurang	0	0%
b. Sama saja	4	66,7%
c. Meningkatkan	2	33,3%

Sepertinya kondisi pandemi Covid-19 memberi pengaruh cukup signifikan terhadap menurunnya pendapatan para pengusaha mikro bidang olahan ikan di wilayah kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat (data kuisisioner tabel 2 dan hasil wawancara). Data pada tabel 1, 2, dan 3 menunjukkan bahwa kegiatan PPM ini memiliki pengaruh dalam mendorong peserta untuk melakukan variasi produk, perbaikan kemasan, dan pemanfaatan jalur pemasaran online, meski pengaruhnya tidak sebesar dari

Unit Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Pontianak

yang diharapkan. Hal ini dapat disebabkan karena kondisi pandemi Covid-19 yang membawa dampak besar bagi menurunnya aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk para pengusaha mikro ini. Hal memengindikasikan perlu dilakukan penyempurnaan kegiatan.

Menurut Susila, A.R (2017), langkah-langkah yang dapat dan perlu dilakukan untuk mendorong dan mendukung berkembangnya usaha-usaha mikro adalah melakukan: 1) strategi pengembangan lingkungan usaha yang kondusif, 2) strategi peningkatan akses KUMKM ke sumber daya produktif, 3) strategi pengembangan kewirausahaan dan daya saing KUMKM, 4) strategi pemantapan kelembagaan koperasi, serta 5) strategi peningkatan sinergi dan peran partisipasi masyarakat. Strategi-strategi tersebut dapat diwujudkan secara nyata dalam bentuk sebagai berikut: 1) kemudahan dalam akses permodalan; 2) bantuan pembangunan prasarana; 3) pengembangan skala usaha; 4) pengembangan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan usaha; 5) pengembangan sumber daya manusia; 6) peningkatan akses teknologi; 7) mewujudkan iklim bisnis yang lebih kondusif; serta 8) payung hukum. Dalam hal ini, yang dapat dilakukan selanjutnya adalah pengembangan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan usaha; pengembangan sumber daya manusia; serta peningkatan akses teknologi. Hanya untuk mewujudkan upaya ini diperlukan koordinasi dan kerjasama beberapa pihak berkompeten guna mendapat hasil maksimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari analisa dan evaluasi yang dilakukan terhadap kegiatan PPM ini adalah bentuk bimbingan teknis komperhensif ini, yang meliputi pelatihan pembuatan ekado lele, sosialisasi kemasan produk dan sosialisasi pemasaran online, memberi pengaruh positif terhadap pengembangan usaha mikro bidang olahan ikan di wilayah kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat, meski tidak sebesar yang diharapkan. Situasi pandemi covid-19 sepertinya mempengaruhi lambatnya upaya pengembangan usaha para pengusaha mikro ini.

Saran

Saran dari kegiatan ini adalah perlu ada upaya lebih dalam mendorong dan mendukung berkembangnya usaha mikro bidang olahan ikan ini, diantaranya berupa pengembangan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan usaha; pengembangan sumber daya manusia; serta peningkatan akses teknologi. Namun guna mendapat hasil maksimal dalam pelaksanaannya perlu koordinasi dan kerjasama beberapa pihak berkompeten.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan atas program hibah Pengabdian Pada Masyarakat yang dibiayai melalui DIPA Politeknik Negeri Pontianak dengan Nomor DIPA: SP DIPA-023.18.2.677609/2020 dan dikelola oleh Unit Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Pontianak.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya.**, 2020. Data Usaha Mikro Berdasarkan Sektor Ekonomi kabupaten Kubu Raya – Posisi Triwulan IV Tahun 2019. Sungai Raya: Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia.**, 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jakarta: Kerjasama Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dengan Bank Indonesia.
- Meryanan, E.**, 2012. Tiga Hal Yang Buat UMKM Tahan Krisis. Diakses tanggal 21 April 2020. Dari: <https://ekonomi.kompas.com/read/2012/03/28/11093274/Tiga.Hal.yang.Buat.UMKM.Tahan.Krisis>
- Pemerintah Indonesia.**, 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta: Sekretariat Negara.

Unit Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Pontianak

Susila, A. R., 2017. Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global.

Kewirausahaan dalam multi perspektif, hal 153-171. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.