



## **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PEMBUATAN MAKANAN BERBASIS LELE PADA UKM DESA PRIMA SUMBERAGUNG MOYUDAN SLEMAN**

**Dyah Sugandini<sup>1</sup>, Endah Wahyurini<sup>2</sup>, Iwan Kresna Setiadi<sup>3</sup>**

<sup>12</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

<sup>3</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Email: <sup>1</sup> dini@upnyk.ac.id; <sup>2</sup> endahwahyurini@yahoo.com;

<sup>3</sup> iksetiadi@gmail.com

### **Abstract**

*Desa Prima Rasa Manunggal , located in Sumberagung, has a fairly large fishery area, but has not been able to take advantage of the abundant fishery potential. The community service program is carried out for Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung which does not yet have superior products from processed fishery products. The purpose of this community service program is to train catfish processed products so that they have a decent selling power. The community service program is carried out through technical guidance and direct training to desa prima groups. The result of community service is the creation of superior catfish-based food products in the Desa prima Sumberagung .*

**Keywords:** Food processing, training and catfish

### **Abstrak**

Desa Prima Rasa Manunggal yang berada di Sumberagung memiliki kawasan perikanan yang cukup luas, namun belum mampu memanfaatkan potensi perikanan yang melimpah tersebut. Program pengabdian masyarakat dilakukan untuk Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung yang belum memiliki produk unggulan dari olahan hasil perikanan. Tujuan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk pelatihan produk olahan lele agar memiliki daya jual yang bernilai. Program pengabdian masyarakat dilakukan melalui bimbingan teknis dan pelatihan secara langsung pada kelompok desa prima. Hasil pengabdian masyarakat adalah terciptanya produk makanan unggulan berbasis lele di desa prima Sumberagung.

**Kata kunci:** Pengolahan pangan, pelatihan dan ikan lele

## **PENDAHULUAN**

Model Desa Perempuan Indonesia Maju Mandiri yang selanjutnya disebut Model Desa PRIMA adalah sebuah desa percontohan untuk menanggulangi kemiskinan melalui upaya ekonomi disertai pengurangan beban biaya kesehatan dan pendidikan bagi keluarga miskin, dengan memanfaatkan seluruh potensi/sumber daya baik alam maupun manusia. Desa Prima Rasa Manunggal merupakan salah satu desa prima yang berada di Sumberagung, Moyudan, Sleman. Anggota Desa Prima Sumberagung berjumlah 25 orang, mereka merupakan warga dari tiga dusun, yakni Padukuhan Celungan, Kruwet dan Padukuhan Nulisan. Semua anggota berprofesi sebagai ibu rumah tangga.

Banyaknya potensi alam yang dimiliki desa Sumberagung mulai dari melimpahan pohon melinjo, produk perikanan hingga kerajinan bambu. Khusus perikanan setidaknya ada potensi ikan lele, gurameh dan ikan nila. Hal tersebut tentu saja dimanfaatkan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan perekonomian. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat LPPM UPN Veteran Yogyakarta melakukan pendampingan Desa Prima dalam rangka memperluas kesempatan perempuan untuk mengembangkan potensi perikanan yang ada di Sumberagung. Dengan demikian, kesejahteraan masyarakat Sumberagung dapat meningkat melalui pengembangan dan penguatan aktivitas ekonomi produktif.

## **METODE DAN PELAKSANAAN**

### **Metode**

Program pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk mendampingi anggota Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung agar paham mengenai potensi yang dimiliki dari olahan ikan lele. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi : materi pelatihan menggunakan media transfer teknologi berupa modul tertulis, tayangan, dan video serta praktek secara langsung di lapangan. Metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra, yaitu kegiatan sosialisai program pengadaan produk unggulan olahan ikan, sosialisasi pemasaran digital serta packing-labeling dan pendampingan



pelatihan pembuatan produk unggulan olahan ikan lele.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Program pelaksanaan kegiatan pertama dilakukan pada Sabtu, 12 Juni 2021 dengan materi sosialisasi program pengadaan produk unggulan olahan ikan. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh anggota desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung dengan menerapkan protokol kesehatan. Respon dari anggota yang hadir pada pertemuan ini sangatlah baik. Selanjutnya, program kegiatan kedua dilaksanakan pada Sabtu, 19 Juni 2021 dimana jumlah peserta dibatasi (12 orang) dan menerapkan protokol kesehatan. Peserta dalam pelatihan ini merupakan anggota Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung. Pertamaprogram dan pelatihan pemasaran digital serta packing-labeling, sistem pemasaran yang tepat penting bagi keberlangsungan usaha budidaya ikan lele, agar dapat menghasilkan pendapatan yang maksimal bagi peternak. Berbagai macam bentuk pemasaran dapat dilakukan untuk mendapatkan keuntungan berlipat. Bisnis terus berkembang dan ikan lele yang dipanen semakin banyak. Selanjutnya, para peserta melakukan program dan pelatihan pembuatan berbagai olahan lele seperti nugget, abon, sup kepala lele, dan bakso ikan yang didampingi.



Gambar 1. Sosialisasi program pengadaan produk unggulan olahan ikan



Gambar 2. Kegiatan program dan pelatihan pembuatan berbagai olahan lele



Gambar 3. Hasil berbagai olahan ikan lele



Gambar 4. Kemasan produk olahan Lele yang sudah disediakan oleh tim pengabdian



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

Indikator Keberhasilan	Uraian
Sosialisai program pengadaan produk unggulan olahan ikan	Peserta mampu memahami apa saja produk yang bisa dihasilkan dari olahan ikan, terutama ikan lele.
Sosialisasi pemasaran digital serta packing- labelling	Peserta mampu memahami apa itu pemasaran digital, bagaimana cara memasuki dan mengopersikannya. Membuat desain label dan packing dari pembuatan kemasan mulai dari pembuatan desain, pembentukan, dan finishing akhir
Pelatihan pembuatan produk unggulan berbagai olahan ikan.	Peserta berhasil membuat berbagai olahan ikan lele seperti nugget, abon, sup kepala lele, dan bakso ikan yang dilakukan secara bersama-sama.

### Pembahasan

#### 1. Sosialisasi program pengadaan produk unggulan olahan ikan

Program pengabdian yang pertama yaitu sosialisasi platform program pengadaan produk unggulan olahan ikan. Budidaya ikan lele atau ternak ikan lele sedang banyak diminati dan menjadi salah satu peluang bisnis yang dianggap memberikan keuntungan besar bagi peternak. Ikan lele merupakan jenikan ikan yang mudah dalam perawatan dan pemasarannya karena banyak dicari oleh Indonesia. ada budidaya ikan lele skala kecil, memasarkan ikan lele bukanlah perkara yang sulit.

#### 2. Sosialisasi Pemasaran Digital serta packing-labelling

Tahap pengenalan dimulai dengan pengenalan tentang digital pemasaran. Dimulai dari definisi, dan pembahasan mengenai pemasaran digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital saat ini khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan berbagai macam kegunaannya, hal ini yang menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok bagi sebagian besar orang disamping kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Terdapat beberapa manfaat khusus pemasaran media sosial dalam literatur yang ada. Untuk usaha kecil, salah satu manfaat yang paling penting adalah mengurangi biaya. Banyak platform media

sosial yang paling menonjol, termasuk Facebook dan Twitter, bebas digunakan, artinya satu-satunya biaya pemasaran melalui media sosial adalah waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan alat secara efektif (Schaupp & Bélanger, 2014). Demikian pula, Kumar dan Sundaram (2012) menyarankan bahwa, meskipun penggunaan media sosial mengakibatkan lebih sedikit konsumen yang melihat pesan pemasaran dibandingkan dengan mendistribusikan brosur tradisional, profil biaya-manfaat keseluruhan masih dapat mendukung media sosial, karena harga di muka yang rendah dari pesan media sosial.

Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi & Saputra, 2017). Dalam konteks pemasaran platform sangatlah berperan penting, pengusaha bisa menggunakannya untuk memasarkan atau mempromosikan produknya melalui Facebook, Instagram, Blog, *e-commerce*, dan lain-lain. Jenis pemasaran internet yang memanfaatkan media sosial dalam upaya memasarkan bisnis dan mencapai tujuan merek disebut sebagai pemasaran media sosial (Husain, Ghufran and Chaubey, 2016). Pemasaran media sosial terdiri dari penggunaan alat media sosial seperti Twitter, LinkedIn, dan Facebook untuk menjangkau konsumen (Karimi & Naghibi, 2015). Banyak bisnis menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran utama mereka karena paparannya kepada banyak orang dan efektivitas biaya.

### 3. Pelatihan pembuatan produk unggulan berbagai olahan ikan.

Program pembuatan produk berbagai olahan ikan lele mendapat sambutan hangat dari anggota Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung. Ikan lele merupakan salah satu komoditas yang tidak biasa dalam perdagangan. Ikan pada umumnya akan lebih ekonomis harganya ketika ukurannya semakin besar. Namun, ikan lele akan turun harganya saat ukurannya terlalu besar. Kendala modal pakan yang besar untuk budidaya menyebabkan pembudidaya harus berpikir melakukan dan menciptakan inovasi agar perkonomian dapat terus berlanjut. Usaha yang dilakukan untuk menghindari persaingan penjualan ikan lele adalah dengan diversifikasi olahan. Penjual umumnya menjual ikan lele dalam bentuk mentahan dan belum diolah untuk olahan pecel lele. Rendemen ikan lele yang umumnya



dimanfaatkan adalah dagingnya. Pengolahan ikan lele menjadi produk lain bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap ikan lele tersebut karena tidak semua lapisan masyarakat ingin mengkonsumsi ikan lele dalam keadaan utuh (misalnya pecel lele atau lele goreng). Kegiatan pelatihan dilanjutkan dengan sesi diskusi dimana Ibu-ibu anggota Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung bertanya mengenai berbagai olahan lele dan lain-lain.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Program pengabdian dan pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan di Desa Sumberagung Moyudan Sleman untuk membuat produk olahan berbasis ikan lele berjalan dengan baik, semua program dapat dilaksanakan. Program sosialisasi, pendampingan dan bimbingan teknis pembuatan produk makanan lahan berbasis lele dapat dilaksanakan dengan baik. Anggota kelompok Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung sudah bisa membuat produk olahan berbasis ikan Lele yang banyak tersedia di sekitar rumahnya. Nilai yang diharapkan adalah masyarakat di Desa Prima Rasa Manunggal Sumberagung bisa memiliki alternatif produk olahan lele yang bisa dijual ke dan dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

### **Saran**

Program pengabdian masyarakat telah terlaksana dengan baik. Namun, terdapat hal yang harus diperhatikan kembali. Pertama, diharapkan ada keberlanjutan program yang saat ini sudah disosialisasikan sehingga diperlukan kejasama monitoring program yang telah dilaksanakan. Kedua, menjadikan Desa Prima Sumberagung yang bermitra dengan UPN "Veteran" Yogyakarta sehingga dapat selalu terpantau keberlanjutan program.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi

positif pada pengabdian masyarakat dengan menjelaskan bentuk kontribusi yang telah diberikan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.
- Husain, S., Ghufran, A. and Chaubey, D. S. (2016) ‘Relevance of Social Media in Marketing and Advertising’, *Splint International Journal of Professionals I*, (7), pp. 2349–6045.
- Karimi, S., & Naghibi, H. S. (2015). Social media marketing (SMM) strategies for small to medium enterprises (SMEIjS). *International Journal of Information, Business and Management*, 7(4), 86-98.
- Kumar, V. V., & Sundaram, B. (2012). An evolutionary road map to winning with social media marketing. *Marketing Research*, 24(2), 4-7.
- Schaupp, L., & Bélanger, F. (2014). The value of social media for small businesses. *Journal of Information Systems*, 28(1), 187-207. doi:10.2308/isys-50674.