

PEMBERDAYAAN KELOMPOK USAHA *BABY FISH CRISPY* DESA MULYOAGUNG NGANTANG KAB. MALANG

Madziatul Churiyah^{1*}, Muh. Arief², Sholikhah³, Buyung Adi Dharma⁴

^{1,2,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

³Universitas Kanjuruhan Malang

E-mail: ¹⁾ madziatul.churiyah.fe@um.ac.id

Abstrak

Sektor pertanian khususnya perikanan telah memainkan peranan penting di dalam pembangunan sosial dan ekonomi di negara Indonesia, karena sebagian penduduk Indonesia bermatapencaharian sebagai petani, dan wilayah Indonesia 2/3 adalah wilayah perairan. Mulyoagung Kec Ngantang merupakan salah satu Desa yang berada di daerah sekitar waduk Selorejo. Selain bercocok tanam, penghasilan utama masyarakatnya adalah bergantung keberadaan waduk Selorejo, yaitu menangkap ikan. Hasil tangkapan ikan dijual ke tengkulak dalam kondisi mentah dengan harga yang cukup rendah, karena masyarakat belum memiliki ketrampilan untuk mengolah ikan menjadi aneka olahan makanan. Baru sekitar satu tahun yang lalu ada upaya untuk tidak menjual ikan dalam kondisi mentah, tetapi dijual dalam kondisi matang, dengan harapan harga lebih tinggi dan tidak dipermainkan oleh tengkulak. Dengan mengadopsi dari jamur crispy *baby fish* diolah dalam bentuk crispy. Melalui berbagai pelatihan dan pendampingan, antara lain pelatihan pembuatan crispy aneka rasa berbahan dasar uceng dan wader, teknik penggorengan, teknik penirisan minyak, pengemasan dan pelabelan produk serta pemasaran, usaha ini terus berkembang baik dari segi kuantitas maupun kualitas bahkan penjualannya hingga ke luar pulau.

Kata kunci: Baby Fish, Pelatihan, Pendampingan, Pemberdayaan Kelompok Usaha

Abstract

The agricultural sector, especially fisheries, has played an important role in the social and economic development of the Indonesian state, because the Indonesian population has a daily life as farmers, and the territory of Indonesia 2/3 is the water area. Mulyoagung Village in Ngantang District is one of the villages located in the area around the Selorejo reservoir. In addition to farming, the main income of the community is dependent on the existence of the Selorejo reservoir, which is catching fish. Fish catches are sold in their unprocessed state to middlemen at a very low price since they lack the knowledge to process fish into various processed foods. Only about a year ago there was an attempt not to sell the fish in its raw condition, but to be sold in a mature state, in the hope that the price would be higher and not be played with by middlemen. By adopting from crispy mushrooms, baby fish is processed in crispy form. Through various trainings and assistance, including training on making crispy various flavors of basic uceng and wader fish, frying techniques, oil slicer techniques, product packaging as well as labeling and marketing, There has been steady growth in both the quantity and quality of this business, and it is now even being exported off the island.

Keywords: Baby Fish, Training, Mentoring, Business Group Empowerment

1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian khususnya perikanan telah memainkan peranan penting di dalam pembangunan sosial dan ekonomi di negara Indonesia (Susilo et al., 2021), karena sebagian penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani, dan wilayah Indonesia 2/3 adalah wilayah perairan (Carriger et al., 2013).

Begitu pula yang terjadi di Desa Mulyoagung Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang, bahwa hampir separuh penduduknya menggantungkan hidupnya dari sektor perikanan. Hal ini karena Desa Mulyorejo merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah waduk Selorejo Ngantang Kabupaten Malang.

Usaha perikanan sudah dilakukan puluhan tahun, dan bersifat turun temurun. Selama puluhan tahun masyarakat menjual hasil tangkapan ikan ke tengkulak, dan hanya dalam kondisi mentah, sehingga harga ikan sering tidak menentu. Upaya ini bertahun-tahun terus dilakukan karena masyarakat belum mempunyai ketrampilan cara mengolah ikan menjadi makanan aneka olahan ikan. Sekitar satu tahun yang lalu uncul inisiatif untuk tidak menjual ikan dalam kondisi mentah, tetapi diolah menjadi masakan dalam bentuk crispy yang mengadopsi dari jamur crispy. Ikan yang dipilih untuk diolah menjadi crispy adalah wader, uceng dan *baby fish*, karena jenis ikan ini tidak tahan lama dan lebih cepat membusuk yang dapat menyebabkan kerugian, sedangkan ikan yang lain masih dijual dalam kondisi mentah. Usaha ini terus berkembang hingga sekarang, meskipun mengalami pasang surut dengan berbagai hambatan dan persoalan yang dilalui.

Hingga saat ini kelompok usaha wader, uceng dan *baby fish* crispy di Desa Mulyoagung rata menghasilkan produksi crispy 150-250 kg per minggu dengan harga jual 25-30 ribu per kg, dengan keuntungan rata-rata 1,5-2 juta per bulan dan telah mempekerjakan lebih dari 15 orang.

Usaha ini sudah banyak memberikan kontribusi positif pada masyarakat, khususnya penghasilan tambahan, pemberdayaan sumberdaya alam agar lebih bermanfaat, dan mengurangi pengangguran. Namun demikian masih ada beberapa kendala yang menjadi hambatan berkembangnya usaha ini.

Beberapa hambatan diantaranya adalah: antara lain: 1) penyimpanan bahan baku wader dan uceng masih menggunakan box dari foam sehingga membuat wader dan uceng tidak tahan lama dan mudah membusuk, akibatnya dapat menurunkan kualitas bahan baku; 2) mitra hanya mampu memproduksi uceng dan wader crispy mono rasa, yaitu rasa original, meskipun konsumen menginginkan produk aneka rasa, akibatnya permintaan konsumen tidak semua dapat dipenuhi; 3) sistem penggorengan masih menggunakan wajan biasa, sehingga produk wader dan uceng kematangan sering tidak merata, tidak standar dan kurang higienes; 4) sistem penirisan minyak masih dilakukan secara manual, sehingga butuh waktu yang sangat panjang untuk menghilangkan minyak dari uceng dan wader; 5) Penjualan masih dilakukan di pasar setempat atau kalau ada pesanan dengan sistem curah, sehingga belum ada pengemasan dan pelabelan yang menarik.

Wader, uceng dan *baby fish* adalah hasil perikanan lokal yang unik di sekitar waduk Selorejo Malang, khususnya Desa Mulyoagung Ngantang Malang, maka produk ini dapat di *branding* yang khas dan unik menjadi produk unggulan, yang dapat dijadikan identitas dan ciri khas Desa Mulyoagung. Produk olahan makanan tradisional dapat dijadikan komoditas gaya hidup yang dikemas dengan menonjolkan identitas lokal sehingga lebih menarik yang dapat dipasarkan melalui industri kuliner (Amelia et al., 2019).

Agar usaha ini memiliki daya saing yang tinggi, perlu adanya pemecahan masalah yang dihadapi oleh kelompok usaha wader, uceng dan *baby fish* crispy di Desa Mulyoagung melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan alih teknologi dan inovasi produktif, diantaranya perbaikan sistem penyimpanan bahan baku, inovasi diversifikasi produk wader, uceng dan *baby fish* crispy aneka rasa, peningkatan kualitas pelabelan dan pengemasan, pencatatan keuangan usaha dan manajemen pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah anggota kelompok usaha uceng, wader dan *baby fish* crispy Desa Mulyoagung Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahap yaitu:

1. Koordinasi dan Sinkronisasi jadwal dan tempat pendampingan, pelatihan dan demplot serta materi aneka olahan wader, uceng dan *baby fish* crispy. Koordinasi jadwal dan tempat pendampingan demplot bertujuan agar anggota kelompok usaha/mitra bisa hadir dan tidak berbenturan dengan kegiatan lain. Sedangkan Sinkronisasi materi disusun didasarkan atas analisis kebutuhan peserta yang dilaksanakan melalui tanya jawab dan diskusi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan mereka. Dengan demikian materi pendampingan/demplot betul-betul sesuai kebutuhan, sehingga pelatihan/pendampingan bisa berjalan efektif dan efisien.
2. Pelatihan, pendampingan dan praktek langsung yang mencakup: a) olahan wader, uceng dan *baby fish* aneka rasa; b) teknik penggorengan; c) teknik meniris minyak; d) pengemasan dan pelabelan produk; e) dan pemasaran produk.
3. Monitoring dan Evaluasi, yang bertujuan untuk mengetahui keberhasilan program, serta menginventaris berbagai hambatan dan kendala yang dihadapi. Instrumen evaluasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Instrumen Evaluasi

No	Jenis Evaluasi	Indikator
1	Evaluasi terhadap kemampuan membuat olahan ikan aneka rasa	Didasarkan pada kemampuan untuk membuat olahan ikan aneka rasa
2	Evaluasi proses terhadap kemampuan menggoreng dan meniris minyak	Didasarkan pada kemampuan untuk melakukan penggorengan dan penirisan minyak goreng
3	Evaluasi proses membuat label dan mengemas produk	Didasarkan pada kemampuan untuk membuat label dan pengemasan produk
4	Evaluasi terhadap pemasaran produk	Didasarkan pada kemampuan kemampuan untuk memasarkan produk
5	Evaluasi terhadap keajegan untuk melakukan pembukuan	Didasarkan pada kemampuan kemampuan untuk melakukan pembukuan sederhana

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemberdayaan kelompok usaha wader, uceng dan *baby fish* crispy di Desa Mulyoagung Ngantang Malang dengan pendekatan inovasi produk dilakukan melalui 6 tahapan yaitu: kegiatan koordinasi dan sinkronisasi, pembuatan wader, uceng dan *baby fish* crispy aneka rasa, pelatihan dan pendampingan penggorengan dan penirisan minyak goreng, pelabelan dan pengemasan produk, pemasaran dan pembukuan sederhana. Untuk mendukung kegiatan tersebut juga dilakukan penambahan fasilitas, yaitu: alat penggorengan (*deep fryer*) dan alat peniris minyak (*spinner*).

3.1. Kegiatan koordinasi dan sinkronisasi

Kegiatan koordinasi dan sinkronisasi jadwal dan tempat pelatihan dan pendampingan serta materi pelatihan, masih bersifat umum. Tujuan koordinasi jadwal dan tempat pendampingan demplot adalah agar anggota kelompok usaha/mitra bisa hadir dan tidak berbenturan dengan kegiatan lain. Sedangkan sinkronisasi materi disusun didasarkan atas analisis kebutuhan peserta yang dilaksanakan melalui tanya jawab dan diskusi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan peserta. Dengan demikian materi pendampingan betul-betul sesuai kebutuhan, sehingga pelatihan/pendampingan bisa berjalan efektif dan efisien. Peserta pelatihan juga diharapkan mampu menginventaris berbagai barang atau bahan yang akan diperlukan dalam pelatihan dan pendampingan. Masing-masing kelompok diwakili 1 orang.

3.2. Keterampilan pembuatan wader, uceng dan *baby fish* crispy aneka rasa

Kegiatan ini bekerja sama bapak Zainudin yang memiliki pengalaman membuat olahan ikan crispy lebih dari 10 tahun, dan sudah menjadi instruktur olahan ikan crispy diberbagai kegiatan pelatihan. Inovasi yang diberikan mencakup teknik membuat wader, uceng dan *baby fish* aneka rasa, khususnya rasa original, balado, bawang dan pedas. Desa Mulyoagung juga menghasilkan ikan gurami, nila dan mujahir, maka juga diberikan pelatihan crispy ikan gurami, nila dan mujahir. Disversifikasi produk bertujuan untuk memenuhi konsumen yang beraneka macam keinginan. Disamping itu dengan dihasilkannya aneka macam rasa olahan wader dan uceng crispy akan meningkatkan daya saing produk. Hasil kegiatan menunjukkan lebih dari 95% peserta merespon positif terhadap pelatihan pembuatan wader, uceng dan *baby fish* crispy aneka rasa, artinya peserta sangat senang dengan kegiatan ini dan ingin segera mencoba mempraktekkan sendiri. Inovasi ini merupakan hal baru bagi peserta, sehingga masih ada peserta yang merasa asing, khususnya pengalaman membuat olahan crispy karenanya semua peserta tidak hanya melihat demonstrasi pemateri tetapi diwajibkan untuk mencoba dan mempraktekkan langsung. Masing-masing olahan aneka rasa dicoba hingga tiga kali, dengan harapan peserta memahami dengan baik dan tidak ragu-ragu, khususnya dalam meramu komposisi adonan olahan crispy. Kegiatan ini merupakan bagian upaya untuk meningkatkan kualitas produk dengan harapan dapat meningkatkan omset penjualan dan kepuasan konsumen. Karena peningkatan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap penjualan (Mokalu & Tumbel, 2015; Rachmasari et al., 2019) dan kepuasan konsumen (Afnina & Hastuti, 2018). Olahan wader, uceng dan *baby fish* yang beraneka macam rasa, merupakan bagian disversifikasi produk, juga diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan, sehingga berdampak pada jumlah pendapatan. Karena disversifikasi produk berpengaruh positif terhadap penjualan.

3.3. Keterampilan menggoreng olahan crispy dengan *deep fryer* dan penirisan minyak goreng

Pelatihan ini dilakukan hingga tiga kali, dengan harapan peserta dapat mengoperasikan alat penggorengan (*deep fryer*) dengan baik dan hasil yang memuaskan. Hasil pelatihan diperoleh bahwa 90% peserta dapat mengoperasikan *deep fryer* dengan baik secara mandiri. Kualitas produk olahan crispy juga hasilnya sangat memuaskan, yang dibuktikan dengan kematangannya yang merata, hampir tidak ada yang gosong. Jika dilihat dari durasi waktu penggorengan, maka penggunaan *deep fryer* dapat menghemat waktu yang sangat berarti. Biasanya menggoreng 100 kg wader dan uceng crispy diperlukan waktu 6-7 jam, sedangkan dengan *deep fryer* penggorengan dapat diselesaikan hanya 3 jam. Disamping itu *deep fryer* juga dapat menjaga produk tetap higienes. Kesulitan yang dialami peserta adalah mengontrol suhu minyak agar stabil, hal ini disebabkan belum terbiasa, tetapi setelah diulang hingga tiga kali maka peserta mulai menemukan kiat mengontrol suhu agar stabil. Untuk pelatihan meniris minyak goreng dengan menggunakan spinner, 100% peserta sangat senang dengan inovasi ini. Hal karena banyaknya keuntungan dari penggunaan alat ini. Sebelum ada spinner peserta meniris minyak hasil gorengan sebanyak 100 kg wader dan uceng crispy diselesaikan dalam waktu 10-12 jam dan memerlukan tempat yang agak banyak, sedangkan dengan spinner penirisan minyak dapat diselesaikan hanya dengan waktu 1-2 jam. Hal ini dapat berpengaruh terhadap berkurangnya biaya produksi. Jika dilihat dari kualitas produk dari tingkat penirisan minyak, maka menggunakan spinner produk wader dan uceng crispy, kandungan minyaknya sangat minim. Dengan minimnya kandungan minyak goreng pada produk akan berpengaruh terhadap ketahanan produk dari pembusukan. Kalau minyak goreng ditiris secara manual, maka produk akan bertahan hanya 4-5 bulan sedangkan dengan menggunakan spinner produk bisa bertahan hingga 24 bulan. Disamping itu salah satu keuntungan yang diperoleh dari hasil penirisan minyak goreng menggunakan spinner, produk lebih diminati oleh konsumen, karena kandungan minyaknya sangat rendah.

3.4. Keterampilan pembuatan label dan pengemasan

Kegiatan pelatihan membuat label tidak diikuti oleh semua peserta, tetapi hanya perwakilan 1 orang dari masing-masing kelompok, karena tidak semua peserta bisa mengoperasikan komputer. Dari hasil pelatihan pembuatan label, dihasilkan label wader, uceng dan *baby fish* crispy aneka rasa yang lebih bagus, lebih menarik, lebih komunikatif dan lebih meyakinkan, karena label dilengkapi dengan beberapa atribut yaitu: jenis rasa, masa kadaluarsa; nama produksi; dan berat bersih. Pelatihan ini diharapkan para mitra dapat mendesain label sendiri, manakala ada perubahan label tidak tergantung pada orang lain. Sedangkan untuk pengemasan, sebelum ada pelatihan dan pendampingan, produk wader, uceng dan *baby fish* crispy masih dijual dalam bentuk curah yang hanya dibungkus dengan plastik sederhana, sehingga tampilannya tidak menarik dan kurang dapat meyakinkan pembeli. Produk kurang higienes, dan lebih cepat untuk tidak renyah. Setelah pelatihan dan pendampingan pengemasan, maka pengemasan produk wader dan uceng crispy lebih higienes, lebih menarik dan meyakinkan pembeli, serta tetap renyah karena dikemas dengan plastik yang ditutup dengan sealer.

3.5. Keterampilan pemasaran produk

Pemasaran mempunyai fungsi yang sangat urgen untuk meningkatkan penjualan yang pada akhirnya untuk meningkatkan keuntungan. Pemasaran merupakan proses yang menyeluruh dari proses iklan hingga membidik konsumen. Semakin banyak aktifitas pemasaran, maka semakin besar peluang produk akan terjual. Kegiatan pelatihan ini bertujuan agar kelompok usaha wader, uceng dan *baby fish* memiliki wawasan, pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran khususnya pemasaran secara digital atau online. Melalui pemasaran online produk dapat dipasarkan lebih mudah dan lebih luas, bahkan mendunia. Perkembangan teknologi yang cepat dan global mengubah perilaku konsumen. Konsumen tidak hanya ingin dapat membeli produk secara mudah dan cepat dari manapun dan kapanpun yang tidak dibatasi waktu dan ruang, tetapi juga bisa memilih produk dan membandingkan produk yang satu dengan yang lainnya dengan mudah (Razak et al., 2019). Akhirnya sistem pemasaran digital menjadi suatu keharusan agar produk bisa laku terjual dengan mudah dan cepat. Salah satu cara pemasaran online adalah dengan memanfaatkan media masa (Moriandiyah, 2015). Pemasaran online mempunyai beberapa keuntungan antara lain: lebih menghemat biaya pemasaran, dapat lebih mudah dikenal oleh konsumen, jangkauan lebih luas, lebih efisien waktu (Rahayu et al., 2021) Kegiatan ini diikuti oleh semua peserta pelatihan. Materinya mencakup teknik membuat konten pemasaran online, macam-macam media pemasaran online, dan kiat-kiat sukses pemasaran online. Target yang diinginkan adalah minimal peserta dapat membuat konten pemasaran dan mampu memasarkan produknya masing-masing secara online. Hasil evaluasi menunjukkan 100% peserta sudah dapat memasarkan produk melalui grup whatsapp, 50 % melalui tiktok dan hanya 10 % yang mampu memasarkan melalui instagram atau facebook.

3.6. Kendala dan Pendukung

Kegiatan pelatihan dan pendampingan di kelompok usaha wader, uceng dan *baby fish* crispy Desa Mulyoagung Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang memiliki beberapa pendukung dan kendala, antara lain: a) Motivasi para anggota mitra tergolong tinggi untuk melakukan inovasi, artinya para mitra mau menerima setiap ada inovasi, b) Kendala yang dihadapi adalah penyesuaian kesamaan jadwal antar peserta pelatihan sangat sulit, sehingga untuk hadir seluruh dalam setiap kegiatan agak sulit, mengingat kesibukan yang dimiliki berbeda. Namun semua dapat diselesaikan dengan mengubah jadwal kegiatan pada malam hari.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil kegiatan ini adalah bahwa kelompok usaha wader, uceng dan *baby fish* crispy Desa Mulyoagung Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang memiliki motivasi yang tinggi untuk mengembangkan usahanya, terbukti aktif mengikuti pelatihan dan pendampingan. Hasil pendampingan menunjukkan ada peningkatan yang signifikan keterampilan anggota kelompok usaha wader, uceng dan *baby fish* dalam meningkatkan produktifitasnya. Alih teknologi yang diberikan dan dilatihkan mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk yang dihasilkan.

Saran yang direkomendasikan bahwa agar kegiatan ini dapat dilaksanakan secara berkesinambungan sehingga produktifitas kelompok usaha terus meningkat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada LP2M Universitas Negeri Malang yang membantu dan mendukung terlaksananya program ini dalam bentuk pendanaan kegiatan, sehingga bermanfaat bagi tercapainya tujuan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Amelia, J. R., Mulyawati, I., & Ratnasari, L. (2019). Diversifikasi Produk Olahan Pangan Hasil Aplikasi Vertikultur Tanaman Sayuran di Kelurahan Tengah, Kramat Jati, Jakarta Timur. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 216–225.
- Carriger, J. F., Fisher, W. S., Stockton Jr, T. B., & Sturm, P. E. (2013). Advancing the guánica bay (Puerto Rico) watershed management plan. *Coastal Management*, 41(1), 19–38.
- Mokalu, F. O., & Tumbel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences social media marketing: Antecedents and consequenc-es. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), 187–196.
- Rachmasari, M., Setiawan, B. M., & Santoso, S. I. (2019). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang. *Agriecobis*, 2(2), 87–94.
- Rahayu, S., Irvan, P. A., Anggraini, S., Wulandari, R., & Friyatmi, F. (2021). Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper's Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2652–2660.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1–14.
- Susilo, E., Purwanti, P., Fattah, M., Qurrata, V. A., & Narmaditya, B. S. (2021). Adaptive coping strategies towards seasonal change impacts: Indonesian small-scale fisherman household. *Heliyon*, 7(4), e06919.

