

PENGEMBANGAN INDUSTRI ANEKA OLAHAN IKAN NILA DI TENGAHPANDEMI COVID-19

Novita Wahyuningsih¹⁾, Yasmeeen Afifah²⁾, Arina El-haq³⁾

¹⁾ Prodi Seni Rupa Murni, FSRD, Universitas Sebelas Maret

²⁾ Prodi Ilmu Komunikasi Nonreguler, FISIP, Universitas Sebelas Maret

³⁾ Prodi Ilmu Teknologi Pangan, FP, Universitas Sebelas Maret

Korespondensi: yasmeeenafifah@student.uns.ac.id

ABSTRAK

Desa Nganjat merupakan desa wisata di Kecamatan Pulonharjo, Kabupaten Klaten yang terkenal dengan budidaya Ikan Nila. Karena potensi tersebut, Ibu-Ibu Pokja PKK Desa Nganjat mendirikan sebuah UMKM yang berfokus pada aneka olahan Ikan Nila. Sayangnya, pandemi Covid-19 membuat usaha produk olahan Ikan Nila yang digeluti Ibu Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat ikut mengalami penurunan yang cukup signifikan. Melalui KKN UNS Tematik Integratif, Kelompok 49 mencetuskan program kerja utama bertajuk "Pengembangan Industri Aneka Olahan Ikan Nila di Tengah Pandemi Covid-19". Program kerja ini bertujuan untuk membantu Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat untuk meningkatkan penjualan di tengah pandemi dengan melebarkan pemasaran produknya, sekaligus sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat Desa Nganjat. Program kerja utama ini terdiri atas tiga kegiatan, yaitu Sosialisasi Branding dan Manajemen Pemasaran Sosial Media, Sosialisasi dan Pelatihan Pengemasan Produk Pangan, dan Sosialisasi Pemetretan Produk. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan secara offline. Hasil yang telah dilakukan adalah terselenggaranya kegiatan program kerja utama yang dihadiri oleh 14 Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat dan 3 anggota Karang Taruna Desa Nganjat.

Kata Kunci: Branding, Covid-19, Nganjat, Pemasaran, UMKM.

ABSTRACT

Nganjat Village is a tourist village in Pulonharjo District, Klaten Regency which is famous for its Tilapia cultivation. Because of this potential, the women of the Nganjat Village's Pokja PKK 2 group established an UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) that focuses on various processed tilapia fish. Unfortunately, pandemic Covid-19 made the effort involved Tilapia refined products decreased significantly. Through the Integrative Thematic UNS KKN, the 49 Group initiated a main work program entitled "Development of Various Tilapia Processed Industries in the Middle of the Covid19 Pandemic". This work program aims to help the women of the Nganjat Village's Pokja PKK 2 group to increase sales in the midst of a pandemic by expanding the marketing of their products, as well as a form of service to the people of Nganjat Village. This main work program consists of three activities, namely the

Socialization of Branding and Social Media Marketing Management, the Socialization and Training of Food Product Packaging, and the Socialization of Product Photos. The implementation method used is socialization and offline training. The result that has been done is the implementation of the main work program activities which were attended by 14 women of Pokja PKK 2 Nganjat Village and 3 members of the Nganjat Village Youth Organization.

Keywords: *Branding, Covid-19, Marketing, Nganjat, UMKM*

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 yang belum kunjung berakhir nyatanya masih menimbulkan sejumlah dampak, terlebih dari aspek ekonomi. Hampir seluruh pelaku usaha dari berbagai skala dan sektor merasakan dampaknya, termasuk pelaku dalam sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Diberlakukannya berbagai kebijakan guna meredam penyebaran wabah seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat pendapatan pelaku usaha UMKM semakin lesu. Untuk diketahui, UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang peorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012:11).

Kondisi ini ditunjukkan oleh survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Survei ini dilakukan kepada 34.559 pelaku usaha, dimana 80 persennya merupakan para pelaku UMKM. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 84 persen UMKM menyatakan pendapatannya menurun. Dari hasil survei tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa

Covid-19 membuat sektor UMKM mengalami penurunan pendapatan.

Fenomena ini juga turut dirasakan Kelompok Usaha Dagang PKK 2 (Pokja PKK 2) Desa Nganjat, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. Desa Nganjat sendiri merupakan desa wisata yang terkenal dengan budidaya Ikan Nila. Melihat potensi tersebut, Ibu-Ibu Pokja PKK Desa Nganjat mendirikan sebuah UMKM yang berfokus pada aneka olahan Ikan Nila, mulai dari abon, bakso, nugget, hingga stik duri. Produk UMKM ini terbilang cukup unik, mengingat produk olahan Ikan Nila masih belum umum di pasaran.

Sayangnya, pandemi Covid-19 membuat usaha produk olahan Ikan Nila yang selama ini digeluti Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat ikut mengalami penurunan yang cukup signifikan. Di sisi lain, kondisi Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat yang masih belum melek teknologi, kurangnya pengetahuan mengenai cara memasarkan produk dengan baik, serta bentuk desain kemasan produk yang kurang menarik menambah

permasalahan yang dialami. Padahal produk buatan Ibu-Ibu Pokja PKK Desa Nganjat berpeluang meningkatkan target pasarnya ke skala yang lebih besar lagi, meski terhalang pandemi.

Berdasarkan hal di atas, Kelompok 49 KKN UNS mengadakan sosialisasi dan pelatihan branding UMKM bertajuk "Pengembangkan Industri Aneka Olahan Ikan Nila ditengan Pandemi Covid-19". Kegiatan ini diselenggarakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat Desa Nganjat, sekaligus membantu Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat untuk meningkatkan penjualan di tengah pandemi dengan melebarkan pemasaran produknya.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilakukan saat program Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada periode bulan Januari - Februari 2021 di Desa Nganjat, Kecamatan Pulonharjo, Kabupaten Klaten.

a. Rencana

Pandemi Covid-19 membuat usaha produk olahan Ikan Nila yang digeluti Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat mengalami penurunan yang cukup signifikan. Di sisi lain, kondisi Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat yang masih belum melek teknologi, kurangnya pengetahuan mengenai cara memasarkan produk dengan baik, serta bentuk desain kemasan produk yang

kurang menarik menambah permasalahan yang dialami. Oleh karena itu, Kelompok 49 KKN UNS menjalankan beberapa program kerja yang dijelaskan dalam uraian berikut:

- 1) Sosialisasi Branding dan Manajemen Pemasaran Sosial Media.
- 2) Sosialisasi dan Pelatihan Pengemasan Produk Pangan.
- 3) Sosialisasi Pemotretan Produk

b. Lokasi

Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa Nganjat, Kecamatan Pulonharjo, Kabupaten Klaten.

c. Subjek

Sasaran kegiatan ini adalah Ibu-Ibu Kelompok Usaha Dagang PKK 2 (Pokja PKK 2) dan Karang Taruna Desa Nganjat.

d. Metode analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan teknik pengambilan data secara observasi dan wawancara. Observasi dan wawancara dilaksanakan sebanyak dua kali, yaitu sebelum dan sesudah program dilaksanakan, untuk kemudian dibandingkan hasilnya.

Hasil, Pembahasan, dan Dampak

1. Program Sosialisasi *Branding* dan Manajemen Sosial Media

Rangkaian kegiatan dimulai

dengan program Sosialisasi *Branding* dan Manajemen Sosial Media. Sosialisasi diawali dengan penyampaian unsur-unsur penting dalam mengembangkan citra sebuah merk dan tahapan-tahapan dalam mengembangkan pemasaran secara *online*. Selain itu, langkah-langkah untuk mengurus Perizinan Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT) juga dikupas secara terperinci pada program kegiatan ini.

Kegiatan berlangsung kondusif dan aktif. Hal ini dapat dilihat dari diskusi dua arah serta antusiasme dari peserta sosialisasi.



Gambar 1. Pelaksanaan Sosialisasi *Branding* dan Manajemen Sosial Media

2. Program Pengemasan Produk Pangan

Pemaparan materi mengenai alat

vakum kemasan mengawali subprogram kegiatan Pengemasan Produk Pangan. Pemaparan dimulai dengan demo penggunaan dari alat vakumkemasan dengan produk bakso Ikan Nila, yang dilanjutkan dengan penjelasan cara membuat alat vakum kemasan. Proses pembuatan dari alat ini sendiri dimulai dari menempelkan sedotan minuman gelas di lubang pompa alat bekam. Selanjutnya rekatkan menggunakan lem dan alat lem tembak. Jika sudah, tunggu hingga kering. Kemudian alat vakum kemasan sudah bisa digunakan. Prinsip kerja dari alat vakum kemasan yaitu mengeluarkan sisa udara yang terdapat dalam plastik melalui pompaan dari selang dan alat bekam sehingga didapatkan hasil akhir kedap udara. Alat vakum kemasan ini terbilang mudah dalam proses pembuatan, sederhana, dan murah. Namun, ketika proses penarikan sedotan dapat menyisakan sedikit udara di dalam sehingga efektifitasnya kurang maksimal.

Kegiatan dilanjutkan dengan praktek pembuatan *hampers* bersama. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan alternatif pengemasan produk yang kreatif, unik, dan menarik. Kemasan dasar yang digunakan berupa besek. Harganya yang murah dan

sifatnya yang ramah lingkungan membuat besek memiliki nilai plus tersendiri yang dapat diterapkan oleh Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM). Langkah pembuatan *hampers* pertama-tama meletakkan kertas roti pada bagian bawah *hampers*. Setelah itu, letakkan produk di atasnya dan tata dengan rapi. Kemudian, masukkan *shredded paper* di sela-sela produk untuk memenuhi kemasan agar padat dan tidak terguncang. Setelah itu satukan kedua ujung kertasroti lalu tempelkan stiker untuk merekatkannya. Berikutnya tutup besek dan tambahkan tali rami serta kartu ucapan terimakasih



Gambar 2. Pelaksanaan Program Pengemasan Produk

3. Program Pemotretan Produk

Tujuan dilaksanakan program pemotretan produk adalah untuk

menampilkan foto secara jelas, menarik, menyakinkan, serta untuk meningkatkan nilai jual produk di mata calon pembeli. Sebelum dilakukan praktek pemotretan, dijelaskan terlebih dahulu mengenai hal-hal dasar dalam pemotretan produk. Setelah itu dilanjutkan dengan praktek pemotretan produk menggunakan *layout* yang telah disusun sebelumnya. Proses pembuatan *layout* diawali dengan merangkai rangka kawat menjadi bentuk persegi sebanyak tiga buah. Ketiga rangka tersebut disambungkan menggunakan klem kabel dan rangka telah jadi. Kelebihan *layout* ini yaitu dapat dilipat sehingga bersifat fleksibel. Untuk *background* foto menggunakan kain berwarna putih yang disampirkan dengan rapi pada rangka kawat. Kemudian produk yang akan difoto ditata beserta hiasan pendukung. Berikutnya dilakukan pemotretan produk dengan memperhatikan pencahayaan, *angle*, perangkat, *editing*, dan aturan dasar fotografi lainnya.





Gambar 3. Pelaksanaan Program
Pemotretan Produk

Penutup

Program Kerja KKN UNS Tematik Integratif Kelompok 49 bertemakan “Pengembangan Industri Aneka Olahan Ikan Nila di Tengah Pandemi Covid-19” sudah terselenggara dan berjalan dengan baik. Hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Terselenggaranya program kerja utama Sosialisasi Branding dan Manajemen Pemasaran Sosial Media. Program kerja ini meliputi pemaparan materi mengenai unsur-unsur penting dalam mengembangkan citra sebuah merk, tahapan dalam mengembangkan pemasaran secara *online*, serta tahapan dalam mengurus Perizinan Produk Industri Rumah Tangga (P IRT). Dampak yang didapat dari subprogram ini adalah bertambahnya wawasan Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat mengenai

cara mengembangkan usaha melalui strategi branding dan pemasaran, sehingga diharapkan nantinya dapat dilakukan secara mandiri.

2. Terselenggaranya program kerja utama Sosialisasi Pengemasan Produk Pangan. Program kerja ini meliputi pemaparan materi mengenai alat vakum kemasan beserta praktek pembuatan *hampers*. Dampak yang didapat dari subprogram ini adalah bertambahnya wawasan Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat mengenai cara mengemas produk jual yang menarik, mendapatkan solusi agar aneka produk olahan Ikan Nila yang dijual bisa lebih awet dengan alat vakum kemasan, serta mendapatkan inovasi mengenai pengemasan seperti apa yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan nilai jual.
3. Terselenggaranya program kerja utama Sosialisasi Pemotretan Produk. Program kerja ini meliputi pemaparan materi mengenai cara memotret produk agar terlihat lebih jelas, menarik, dan meyakinkan bagi calon pembeli beserta prakteknya. Dampak yang didapat dari subprogram ini adalah bertambahnya wawasan Ibu-Ibu Pokja PKK 2 Desa Nganjat mengenai cara memotret produk yang baik untuk meningkatkan nilai jual.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis ditujukan kepada:

1. Pihak UPKKN UNS yang membuat kebijakan KKN Tematik Integratif dan memberikandana demi keberlangsungan program kerja.
2. Novita Wahyuningsih, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang sudah memberi masukan dan evaluasi terhadap keberlangsungan program KKN.
3. Orang tua yang selalu memberi semangat dan dukungan.
4. Darwan, S.Pd.I. selaku Kepala Desa Nganjat yang mau bekerja sama dan memberidukung dalam keberlangsungan program KKN.
5. Teman-teman Kelompok 49 yang saling memberi bantuan dikala susah dan senang.
6. Warga Desa Nganjat yang mau bekerja sama dalam keberlangsungan KKN.

pandemi, diakses 24 Februari 2021.

Tambunan, T. 2012. "Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting". Jakarta: LP3ES.

Referensi

Machmudi, M.I.A. 2020. "Survei BPS: Mayoritas Pendapatan UMKM Anjlok Akibat Pandemi" dalam <https://mediaindonesia.com/ekonomi/345099/survei-bps-mayoritas-pendapatan-UMKM-anjlok-akibat>