

## PETERNAK LELE YANG “MOVE ON”

Wahjoe Mawardiningsih<sup>1)\*</sup>, Kun Ismawati<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, <sup>2)</sup> Program Studi Akuntansi  
Universitas Surakarta (UNSA) Jl. Raya Palur Km. 5, Surakarta - 57772

\*e-mail: [wahyu.mawar@gmail.com](mailto:wahyu.mawar@gmail.com)

### ABSTRAK

Kelompok UKM peternak lele ‘Suryono’ dan ‘Sarana Indah’ yang berada di Dusun Gunungsari, Desa Ngringo, Kecamatan Jaten, Kabupaten, Karanganyar menghadapi masalah dimana harga jual lele segar atau basah relatif rendah dan kurang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Terlebih saat panen raya (saat pengeringan kolam) harga lele perkg cenderung dibawah harga standar (di bawah harga pasar) sehingga mereka cenderung mendapat keuntungan kecil. Peningkatan produksi lele akan berisiko kerugian lebih besar apabila tidak disertai dengan inovasi teknologi hasil pengolahannya. Ini disebabkan karena penjualan lele masih dalam bentuk segar. Tujuan kegiatan pengabdian ini untuk memberi motivasi kelompok peternak lele untuk berwirausaha memproduksi berbagai olahan lele, kurangnya kreativitas dan inovasi kelompok peternak lele untuk mengolah pasca panen dan memproduksi olahan yang memiliki daya tarik tinggi pada konsumen, belum mempunyai relasi pemasaran produk dan pangsa pasar (komunikasi pemasaran yang tepat), dan minimnya pengetahuan manajemen pengelolaan usaha lele, termasuk manajemen keuangan usaha. Metode kegiatan yang digunakan adalah memberi bimbingan dan praktek berwirausaha (manajemen), kreativitas dan inovasi mengolah pasca panen, menggandeng relasi pemasaran produk dan memberikan bimbingan pengelolaan usaha lele dan manajemen keuangan usaha. Hasil pengabdian masyarakat, mitra mampu memproduksi 3 jenis olahan lele (abon lele, krupuk lele, nugget lele), kemasan olahan dengan bahan plastik, terjalinnya kerjasama dengan beberapa toko oleh-oleh atau konsumen di Karanganyar dan sekitarnya, terbentuknya jiwa wirausaha bagi anggota kelompok peternak lele dan meningkatnya ketrampilan, kemampuan dan inovasi kreativitas anggota kelompok peternak lele dalam hal manajemen usaha olahan. Produk olahan kering dibuat oleh mitra sesuai dengan kesediaan bahan (lele segar). Selain itu telah dibuatnya pemasaran secara online dan branding agar mempercantik kemasan olahan kering, seperti abon, kerupuk dan nugget.

Kata kunci: olahan lele, kemasan, pemasaran

### PENDAHULUAN

Komoditi lele dirasakan efektif dan ekonomis bagi peternak lele, karena dalam jangka waktu budidaya hanya sekitar 3-4 bulan setiap musim dengan produksi lele 1,1 ton/tahun/Ha, menurut Tati, S.Pt. dari Direktorat Jenderal Perikanan Budi Daya

Departemen Kelautan dan Perikanan. Hal tersebut juga disadari oleh Kelompok UKM “Suryono” dan UKM “Sarana Indah”, maka mereka membudidayakan lele di dekat tempat tinggal mereka.

Tabel 1. Lahan Budidaya Lele

No	Nama keompok	Jumlah Anggota	Luas lahan	Keadaan Lahan
1	UKM “Suryono”	3 peternak	0,8 Ha	Permanen (modern)
2	UKM “Sarana Indah”	2 peternak	0,7 Ha	Konvensional (menggunakan alas terpal)

UKM peternak lele ‘Suryono’ dan UKM peternak lele ‘Sarana Indah’ melakukan panen lele setiap 3-4 bulan atau setelah lele mencapai ukuran konsumsi 6-9 ekor/kg. Konsumen mereka biasanya pedagang pengepul juga masyarakat sekitar. Harga jual lele konsumsi sangat variatif, dimana pada saat panen harga lele per 1 kg dibeli pedagang pengepul dengan harga Rp.15.000,00 sampai Rp.16.000,00. Sedangkan jika ditingkat konsumen akhir per-1 kg harga jual lele konsumsi mencapai Rp.16.000,00 sampai Rp.18.000,00. Direktorat jendral perikanan budidaya telah memproyeksikan produk lele hidup untuk konsumsi, yakni ditargetkan sebesar 670.000 ton pada tahun 2013 dan naik menjadi 900.000 ton pada tahun 2014 dengan kenaikan rata-rata per tahun dari tahun 2009-2014 sebesar 35% atau naik sebesar 45% (Nurjana, 2010).

Para peternak tidak bisa berbuat banyak menghadapi harga jual yang relatif rendah tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan dari pembelian bibit, pembelian pakan, pemeliharaan dan tenaga kerja. Permasalahan mereka kadang semakin terasa saat panen raya (saat pengeringan kolam) harga lele per kg cenderung dibawah harga standar sehingga mereka cenderung mendapat keuntungan kecil. Peningkatan produksi lele akan beresiko kerugian lebih besar apabila tidak disertai dengan inovasi teknologi hasil pengolahannya. Hal ini disebabkan oleh konsumsi terbesar lele masih dalam bentuk segar, belum banyak dalam bentuk olahan. Tindakan bauran pemasaran belum aktif dilakukan. Pandangan perlunya penerapan bauran pemasaran atau *marketing mix* (menawarkan produk, menetapkan harga yang pas, menyalurkan produk pada tempat yang tepat, serta aktif melakukan promosi) serta kreativitas untuk meningkatkan pendapatan dari lele, belum ada. Pada dasarnya setiap produk (barang dan jasa) memiliki cara-cara berpromosi yang berbeda-

beda.. (Morissan, 2010) Karena itu dipandang perlu adanya pendampingan program intensifikasi yaitu metode serta teknologi penanganan pasca panen dengan memproduksi olahan lele dan kemasannya sehingga bernilai jual yang lebih tinggi serta berpotensi meningkatkan pendapatan.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra 1 dan mitra 2 antara lain belum adanya motivasi dan semangat kelompok peternak lele untuk berwirausaha memproduksi berbagai olahan lele. Hal ini disebabkan pernah mengalami kerugian karena produk olahan yang dibuat tidak laku di pasaran.

Kelompok peternak lele belum menerapkan adanya *marketing mix* atau bauran pemasaran yang perlu diperhatikan yaitu produk, harga, tempat dan promosi, agar memiliki daya tarik tinggi bagi konsumen. Masalah ini dimungkinkan karena pengaruh tingkat pendidikan mereka rata-rata dasar dan menengah.

Kurangnya pengembangan modal investasi usaha mikro (kecil atau rumah tangga), khususnya peralatan dan sarana penunjang lain. Hasil penjualan lele terkadang hanya mampu dimanfaatkan untuk biaya pakan sehari-hari.

## METODOLOGI

Tahapan langkah pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini diawali dengan sosialisasi, inventarisasi obyek dan penanganan prioritas masalah pada UKM, kemudian diadakan penyuluhan kepada 2 mitra di tempat pertemuan kelompok mitra. Penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh mitra 1 dan mitra 2 kelompok Peternak Lele yang dilakukan melalui bimbingan motivasi, kreativitas inovasi, epmasaran dan manajemen.

Motivasi dan semangat kelompok peternak lele, kemampuan pengelolaan wirausaha (manajemen) ditingkatkan melalui pelatihan *in class* dengan materi pelatihan motivasi individu dan kelompok (*team*),

pelatihan dan pembekalan kewirausahaan, dan pelatihan manajemen termasuk manajemen keuangan.

Kreativitas dan inovasi kelompok peternak lele untuk mengolah pasca panen dan memproduksi olahan agar menambah nilai jual produk ditingkatkan melalui pelatihan *in class* dan *out class*, dengan materi teknologi berbagai pengolahan produk lele (abon, krupuk, nugget), teknologi pengemasan olahan produk lele, dan teknologi pemasaran 4P (*product, price, place, and promotion*) melalui penjualan langsung sampai melalui jaringan internet.

Kemampuan kelompok peternak terhadap relasi pemasaran produk dan pangsa pasar yang layak ditingkatkan melalui pelatihan bauran promosi (*promotion mix*) antara lain: teknik pemasangan iklan melalui media cetak, audio dan web, teknik publisitas positif maksimal dari pihak-pihak luar, teknik promosi dari mulut ke mulut dengan memaksimalkan hal-hal positif, teknik promosi penjualan dengan ikut pameran dan membagikan sampel, dan tetnik *public relations* ke dalam maupun keluar manajemen. Bimbingan manajemen diberikan meliputi pengelolaan usaha lele dan manajemen keuangan usaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat telah mengurai permasalahan yang dihadapi oleh mitra berupa Mitra bersama anggota peternak lele dan masyarakat sekitar telah mempunyai kemampuan pengelolaan wirausaha (manajemen) terpadu melalui pelatihan untuk berwirausaha memproduksi berbagai olahan lele. Mitra bersama anggota peternak lele dan masyarakat sekitar telah mampu meningkatkan kreativitas dan inovasinya melalui pelatihan dan praktek langsung cara mengolah pasca panen dan memproduksi olahan (abon, krupuk, nugget) sehingga memiliki daya jual tinggi bagi konsumen.

No.	Jenis Produk	Berat	Harga Jual
1.	Krupuk	100 g	Rp. 15.000,00
2.	Nugget	150 g	Rp. 29.000,00
3.	Abon	100 g	Rp. 17.500,00

Mitra sekarang telah mampu melakukan pengembangan sendiri berkreasi dengan memproduksi olahan dari lele segar menjadi kripik. Mitra bersama anggota peternak lele dan masyarakat sekitar telah membangun relasi pemasaran produk dan pangsa pasar yang layak melalui cara langsung sampai dengan menggunakan internet.

No.	Jenis Produk	Berat	Harga Jual
.	Kripik	1	Rp.
.	kulit lele	00 g	20.000,00
.	Kripik	1	Rp.
.	daging lele	00 g	19.000,00

Mitra bersama anggota peternak lele dan masyarakat sekitar telah mendapat bantuan modal investasi usaha mikro (kecil/rumah tangga) pada mitra, khususnya peralatan dan sarana penunjang lain berupa mesin pencabik/penyuir daging (produksi abon), mesin pencampur dan alat pengiris (produksi krupuk), mesin penggiling daging dan pencetak (produksi nugget) dan alat pengemas bahan plastik (pembungkus produk).

Mitra bersama anggota peternak lele dan masyarakat sekitar telah mendapat pengetahuan manajemen melalui pelatihan dan praktek langsung pengelolaan usaha lele, termasuk manajemen keuangan usaha.

### Peralatan Pendukung



Gb. 1. Las rangka

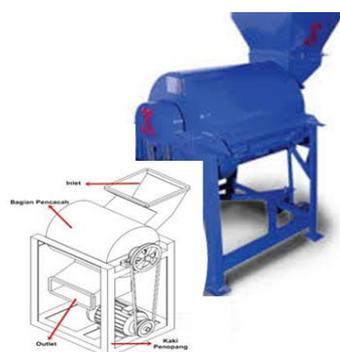


Gb. 2. Las rangka vertikal

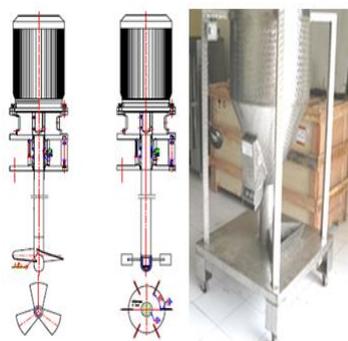


Gb 3. Setting Transmis

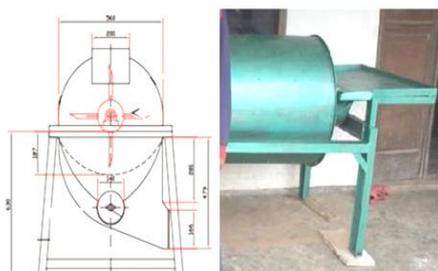
Gb 4. Proses Perakitan



Gambar 5. Hasil Perakitan Mesin Penggiling



Gambar 6. Hasil Alat Pencampur Adonan



Gambar 7. Hasil Alat Pencabik Daging Lele

## KESIMPULAN

Melalui kegiatan IbM terhadap peternak lele ini telah diperoleh hasil:

1. Mitra (peternak lele) telah dibekali edukasi teknologi produksi olahan lele (abon, krupuk, nugget), sehingga mempunyai nilai jual yang lebih tinggi. Mitra kemudian mampu berkreasi sendiri membuat produksi olahan lele berupa kripik daging dan kripik kulit lele.
2. Mitra (peternak lele) telah diberikan sarana penunjang berupa pencabik daging, mesin pencampur dan alat pengiris, mesin penggiling daging dan pencetak, alat pengemas bahan plastik
3. Mitra (peternak lele) telah menjalin kerjasama dengan beberapa toko atau konsumen di Karanganyar dan sekitarnya.
4. Mitra (peternak lele) telah mempunyai jiwa wirausaha bagi anggota kelompok peternak lele.
5. Mitra (peternak lele) telah meningkatkan ketrampilan, kemampuan dan inovasi kreativitas anggota kelompok peternak lele dalam hal manajemen usaha olahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, Ahmad F., 2008, *Tips dan Trik Public Relations*, Grasindo, Jakarta
- Anonymous, 2009. Bahan Seminar Penyuluh KP, Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, Departemen Kelautan dan Perikanan RI.

- Anonymous, 2011 *Formulasi Pakan Permentasi dan Teknik Pembuatan Pakan Alternatif dengan Bahan Baku Utama Sludge (kotoran sapi)*, Makalah. Dinas Perikanan dan Kelautan Propinsi Jawa Timur, Unit Pengelola Budidaya Air Tawar Kepanjen-Malang.
- Ferdian, Fajar. Maulina, Ine. Rosidah, 2012. *Analisis Permintaan Lele Dumbo (Clarias gariepinus) di Kecamatan Losarang, Kabupaten Indramayu*, Jurnal Perikanan dan Kelautan, Vol.3, No. 4, 93-98
- Khairuman dan K. Amri. 2009. *Peluang Usaha dan Teknik Budidaya Lele Sangkuriang*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Hastuti, S., 2010, *Lele Kuning Dan Eliminasi Populasinya Melalui Aplikasi Sistem Budidaya Ikan Gyhienis Di Kampung Lele Boyolali*, Tahap I: Identifikasi lele kuning. Laporan Hasil Penelitian Hibah Kompetensi. Morissan, 2010, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi 1, Kencana Jakarta.
- Nurjana D.J., 2010, *Analisis Proksimat daun Singkong*, Departemen Ilmu Nutrisi dan Teknologi Pakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.
- <https://nutroffish.wordpress.com/2011/page/3>