

**PENGEMBANGAN INOVASI DAN PEMASARAN PRODUK KERUPUK BERBASIS IKAN LELE  
PADA KARANG TARUNA KARYA 4 DI DESA KEBOCORAN KECAMATAN  
KEDUNGBANTENG KABUPATEN BANYUMAS**

Sukirno<sup>a</sup>, Eti Wahyuningsih<sup>b</sup>, Herdian Farisi<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Sosial, Ekonomi dan Humaniora, sukirnosh39@gmail.com, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

<sup>b</sup> Sains dan Teknologi, etiwahyuningsih128@gmail.com, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

<sup>c</sup> Sosial, Ekonomi dan Humaniora, herdianfarisiunu@gmail.com, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

**ABSTRACT**

Karang Taruna Karya 4 is located in the Leak Village consists of all young people totaling 38 people. Karang Taruna Karya 4 most of which are freshwater fish cultivators (pokdakan) who are still active today. The catfish marketing system used by Karang Taruna Karya 4 is currently very conventional and only relies on buyers from middlemen, restaurants or catfish pecel food stalls. Therefore, new ideas or strategies are needed in terms of Product Development and Innovation, Promotion, as well as product distribution that is right on target, effective and efficient but produces encouraging sales, so that it is expected to advance or improve the economy of all members of Karang Taruna Karya 4. The solution offered to overcome these problems is the development of innovation from catfish-to-catfish crackers. This community partnership program (PKM) aims to train catfish crackers, marketing management training, training on how to make a Home Industry Food permit (PIRT), and providing capital. This PKM has been implemented for 6 months, from April to September 2021. The community groups in this PKM are 10 members of Karang Taruna Karya 4. The target is after training on making catfish crackers, marketing management training, training on how to make PIRT permits, and providing capital, Karang Taruna Karya 4 can grow by 80%. PKM begins with an interview with the Chairperson of Karang Taruna Karya 4. After that, take care of licensing to related parties, prepare material and non-material needed in the implementation of the PKM, and prepare a coordination team in the PKM. Then the analysis was carried out, namely mentoring training on catfish cracker making, marketing management training, training on how to make PIRT permits. The results of the PKM went smoothly, the openness of the Karang Taruna Karya 4 management in conveying problems and discussions related to solutions to problems were obtained well. Currently, the management of Karang Taruna Karya 4 knows how to collaborate with other parties to market and improve online marketing so that catfish crackers are better known and have more buyers.

**Keywords:** *catfish-based crackers, innovation development, product marketing, Karang Taruna Karya 4.*

**Abstrak**

Karang Taruna Karya 4 terdapat di Desa Kebocoran beranggotakan seluruh pemuda/i yang berjumlah 38 orang Karang Taruna Karya 4 yang sebagian besar merupakan pembudidaya ikan (pokdakan) air tawar yang masih aktif hingga saat ini. Sistem pemasaran ikan lele yang digunakan Karang Taruna Karya 4 saat ini terbilang sangat konvensional dan hanya mengandalkan pembeli dari tengkulak, rumah makan atau warung makan pecel lele. Oleh karena itu dibutuhkan ide gagasan atau cara strategi baru dalam hal Pengembangan Produk dan Inovasi, Promosi, serta distribusi produk yang tepat sasaran efektif dan efisien namun menghasilkan penjualan yang mengembirakan, sehingga diharapkan dapat memajukan atau meningkatkan perekonomian seluruh anggota Karang Taruna Karya 4 tersebut. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan pengembangan inovasi dari lele menjadi produk kerupuk lele. Program kemitraan masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk pelatihan pembuatan kerupuk ikan lele, pelatihan manajemen pemasaran, pelatihan cara pembuatan ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan pemberian modal. PKM ini telah dilaksanakan selama 6 bulan yaitu bulan April sampai September

2021. Kelompok masyarakat dalam PKM ini sejumlah 10 anggota Karang Taruna Karya 4. Target setelah dilakukan PKM, Karang Taruna Karya 4 ini dapat berkembang sebesar 80 %. Program kemitraan masyarakat ini diawali dengan wawancara dengan Ketua Karang Taruna Karya 4. Setelah itu, mengurus perijinan kepada pihak-pihak terkait, mempersiapkan material dan nonmaterial yang diperlukan dalam pelaksanaan PKM, dan menyiapkan tim koordinasi dalam PKM. Kemudian dilakukan analisis yaitu pendampingan pelatihan pembuatan kerupuk ikan lele, pelatihan manajemen pemasaran, pelatihan cara pembuatan ijin PIRT. Hasil dari PKM berjalan dengan lancar, keterbukaan para pengurus Karang Taruna Karya 4 menyampaikan permasalahan dan diskusi terkait dengan jalan keluar permasalahan diperoleh dengan baik. Saat ini para pengurus Karang Taruna Karya 4 mengetahui bagaimana menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk memasarkan dan meningkatkan pemasaran secara *online* agar kerupuk lele lebih dikenal dan banyak pembeli.

**Kata Kunci:** Kerupuk berbasis ikan lele, Pengembangan inovasi, Pemasaran Produk, Karang taruna karya

## 1. PENDAHULUAN

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas terletak di antara 108°39'17" - 109°27'15" Bujur Timur (BT) dan 7°15'05" - 7°37'10" Lintang Selatan (LS). Luas wilayahnya sekitar 1.327,60 km<sup>2</sup> atau 132.759,56 Ha (4,08% dari luas wilayah Provinsi Jawa Tengah). Keadaan wilayah terdiri atas daratan datar dan pegunungan dengan struktur pegunungan terdiri atas sebagian lembah Sungai Serayu. Berbagai pemanfaatan lahan diselenggarakan oleh masyarakat seperti untuk permukiman, pekarangan, pertanian lahan kering dan lahan basah, perkebunan dan hutan tropis, dan juga dimanfaatkan untuk industri. Salah satu desa yang memanfaatkan sebagian lahannya untuk kegiatan wirausaha adalah Desa Kebocoran yaitu wirausaha di bidang pembudidayaan ikan lele.

Kebocoran adalah Kelurahan di Kecamatan Kedungbanteng, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Di Desa kebocoran terdapat pegiat Karang Taruna yang bernama Karang Taruna Karya 4, Beranggotakan seluruh pemuda/i yang berdomisili di RW 1, RW 2, RW 3 dan RW 4 yang berjumlah 38 orang. Latar belakang pendidikan Karang Taruna Karya 4 terdiri dari SMA dan ekonomi kalangan menengah ke bawah yang sebagian besar merupakan pembudidaya ikan (pokdakan) air tawar yang masih aktif hingga saat ini.

Usaha yang menjanjikan saat ini seperti budidaya ikan lele yang sebagaimana lebih mudah untuk menjalankan usaha bisnis yang menguntungkan dan mempunyai tingkat resiko yang rendah karena yang diperlukan hanya lahan untuk membuat kolam yang tenaga. Kebutuhan masyarakat pada usaha budidaya mengalami peningkatan seiring dengan budidaya ikan lele mengalami peningkatan dan banyak diminati oleh masyarakat.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar hampir di semua lini. Tak terkecuali yang di alami Karang Taruna Karya 4, dengan sektor budidaya Lele yang juga mulai sepi order. Bahkan dengan sepiunya order, juga berdampak pada harga hasil produksi yang tidak sebanding dengan harga pakan yang terus meningkat. Penurunan penjualan mulai terjadi sejak awal Maret. Dengan kondisi ini, dari 20 Kolam yang dikelola Karang Taruna Karya 4 mengaku mengalami penurunan order hingga 50 persen. Dengan kendala pandemi Covid-19 ini, pasarnya lesu jika dibandingkan sebelum Covid. Hasil jual jauh menurun bila dibandingkan sebelum terjadinya covid-19.

Pemasaran produk adalah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapatkan perhatian lebih karena pemasaran merupakan salah satu kunci dalam pengembangan usaha. Sebagai komoditas yang mudah rusak (*perishable*), pemasaran lele harus mendapatkan perhatian yang serius. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan menentukan kualitas lele sehingga akan berpengaruh terhadap besar kecilnya biaya, keuntungan, margin pemasaran serta efisiensinya. Berdasarkan permasalahan tersebut maka tulisan ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran yang digunakan dalam pemasaran lele di desa Kebocoran kecamatan kedungbanteng.

Sistem pemasaran yang digunakan Karang Taruna Karya 4 saat ini terbilang sangat konvensional dan hanya mengandalkan pembeli dari tengkulak, rumah makan atau warung makan pecel lele. Oleh karena itu dibutuhkan ide gagasan atau cara strategi baru dalam hal Pengembangan Produk dan Inovasi, Promosi, serta distribusi produk yang tepat sasaran efektif dan efisien namun menghasilkan penjualan yang menggembirakan, sehingga diharapkan dapat memajukan atau meningkatkan perekonomian seluruh anggota Karang Taruna Karya 4 tersebut.

Permasalahan modal juga menjadi kendala Karang Taruna Karya 4 untuk mengembangkan usahanya. Karang Taruna Karya 4 menggunakan modal dari pribadi mendapatkan bantuan modal dari pemerintah ataupun pihak lainnya. Permodalan dalam wirausaha Budidaya ikan lele biasanya hanya

mengandalkan modal sendiri, apalagi saat pandemi seperti ini, pihak ketiga seperti koperasi ataupun perbankan sangat sulit mengucurkan dana bantuan ataupun pinjaman. Adanya keterbatasan modal ini harus segera diberikan solusi agar pengembangan inovasi produk dapat berjalan dengan semestinya.

Mengingat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam upaya peningkatan kesejahteraan pada Karang Taruna Karya 4 di Desa Kebocoran, maka diperlukan adanya terobosan-terobosan untuk pemecahan, agar permasalahan-permasalahan dapat ditekan dan bahkan mungkin dapat ditanggulangi. Salah satu upaya untuk membantu mengatasi permasalahan kesejahteraan masyarakat adalah memberikan pelatihan kewirausahaan kepada Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran.

Pelatihan yang akan dilaksanakan yaitu pelatihan pembuatan kerupuk lele dengan waktu yang efisien, terutama dengan melihat usaha yang dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan penghasilan yang ada, dan akhirnya dapat mandiri. Pengembangan inovasi produk dari ikan lele yang mudah, murah, namun menghasilkan rupiah yang tidak sedikit adalah dengan cara membuat kerupuk berbasis ikan lele.

Kerupuk lele umumnya terbuat dari bahan daging lele dan bahan campuran lainnya. Ikan dari lele (*Clarias gariepinus*) merupakan salah satu dari banyaknya komoditas perikanan yang cukup populer bagi kalangan masyarakat (Ubaidillah & Hersoelityorini, 2010). Ikan lele dumbo merupakan jenis ikan yang banyak digunakan sebagai bahan kerupuk lele. Ikan lele jenis dumbo merupakan jenis ikan untuk konsumsi yang memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan sebagai bahan olahan kerupuk. (Yuliastri & Suwandi, 2015) menyatakan bahwa Ikan lele memiliki kandungan protein cukup tinggi yaitu 17,7-26,7% dan lemak 0,95- 11,5%. Sebagai berkembangnya budidaya lele yang cukup pesat di beberapa daerah, sangat berpotensi untuk menjadikan ikan lele sebagai bahan baku olahan kerupuk (Suryaningrum, Ikasari, Mulya, & Purnomo, 2016).

Dikarenakan potensi ikan lele yang melimpah di Desa Kebocoran, maka akan dicoba membuat varian baru kerupuk dengan bahan baku lele. Meski terdengar agak aneh, namun citra rasa kerupuk lele ini patut dicoba dan tidak kalah dengan kerupuk ikan tengiri atau kerupuk udang. Usaha kerupuk iakan lele sangat menjanjikan karena mudah dilakukan dan memiliki peluang yang terbuka lebar. Masih sedikit pengusaha memberi perhatian pada peluang usaha krupuk lele untuk bersaing pada kerupuk-kerupuk ikan lain. Kerupuk ikan lele bahan dasar ikannya melimpah di Desa Kebocoran, sehingga produksi krupuk berskala besarpun tida akan kesulitan untuk mendapatkan bahan bakunya. Pada Karang Taruna Karya 4, pembuatan kerupuk ikan lele bertujuan meningkatkan nilai jual terhadap hasil budidaya lele, sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Dengan adanya pusat pengelolaan ikan menjadi kerupuk ikan lele, diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru, dan menjamin kualitas hasil budidaya ikan lele. Produk kerupuk ikan lele juga mempermudah Karang Taruna Karya 4 untuk menjualnya dan mengkonsumsinya. Pendampingan yang dibutuhkan adalah pelatihan produksi dan cara pemasaran produk kerupuk ikan lele.

Upaya untuk mengatasi permasalahan pemasaran diperlukan pelatihan pengembangan produk dan inovasi, Pengembangan produk merupakan aktivitas lintas disiplin yang membutuhkan kontribusi dari hampir semua fungsi yang ada di perusahaan, tetapi tiga fungsi yang selalu paling penting bagi proyek pengembangan produk terdiri dari Pemasaran, Perancangan (Desain), dan Manufaktur (Cross, 1994).

Setelah dipaparkan mengenai pengembangan produk, yang berikutnya adalah definisi mengenai pengertian inovasi produk menurut Hurley dan Hult (1998) yaitu sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu, perusahaan selalu dituntut agar dapat menciptakan gebrakan baru atau gagasan-gagasan baru, sehingga dapat menawarkan produk yang lebih inovatif, serta dapat meningkatkan pelayanan yang memuaskan pelanggan tentunya.

Dalam membangun jaringan pemasaran, perantara-perantara, para pembeli, dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga ke tangan konsumen sangat penting untuk diketahui. Perpindahan barang tersebut dapat dinamakan sebagai saluran distribusi, yang mana saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri (Swastha, 2002).

Seperti telah dijelaskan di atas bahwa saluran distribusi dan promosi merupakan bagian penting dalam pemasaran suatu produk, dan termasuk kedalam kriteria bauran pemasaran produk. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Kotler dan Keller 2016, yang menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan rangkaian seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan guna memacu tujuan pemasaran di pasar sasaran. Bauran pemasaran diklasifikasikan atau disebut dengan 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat atau distribusi (*place or distribution*) dan promosi (*promotion*).

Setelah penjelasan terkait saluran distribusi dan promosi diatas bahwa produk kerupuk ikan lele yang telah diproduksi, nantinya akan timbul permasalahan baru yaitu pembuatan ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan cara melakukan

pembuatan ijin PIRT. Pengurusan ijin ini penting karena sebagai jaminan atau bukti bahwa usaha kerupuk lele yang dijual memenuhi standar produk pangan yang berlaku. Jika Karang Taruna Karya 4 memiliki ijin PIRT, mereka bisa dengan tenang mengedarkan dan memproduksi secara luas dan resmi. Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga, Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT) adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh bupati/wali kota terhadap pangan produksi IRTP di wilayah kerjanya yang telah memenuhi persyaratan pemberian SPP-IRT dalam rangka peredaran pangan produksi IRTP.

Sementara upaya untuk mengatasi permasalahan modal adalah memberikan modal kepada Karang Taruna 4 Desa Kebocoran untuk mengembangkan usahanya. Selama ini Karang Taruna Karya 4 menggunakan dana dari iuran anggotanya untuk menjalankan usaha budidaya ikan lele. Karang Taruna Karya 4 ini belum pernah mendapatkan bantuan modal dari pemerintah.

Kelompok masyarakat yang akan diujicobakan dalam program kemitraan masyarakat ini sejumlah 10 anggota Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran. Target setelah pelatihan pembuatan kerupuk lele, manajemen pemasaran, pembuatan ijin PIRT, dan diberikan modal kepada Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran dapat diterapkan pada 80% dari peserta program ini.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Kerupuk lele umumnya terbuat dari bahan daging lele dan bahan campuran lainnya. Ikan dari lele (*Clarias gariepinus*) merupakan salah satu dari banyaknya komoditas perikanan yang cukup populer bagi kalangan masyarakat (Ubaidillah & Hersoelistyorini, 2010). Ikan lele dumbo merupakan jenis ikan yang banyak digunakan sebagai bahan kerupuk lele. Ikan lele jenis dumbo merupakan jenis ikan untuk konsumsi yang memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan sebagai bahan olahan kerupuk. (Yuliasri & Suwandi, 2015) menyatakan bahwa Ikan lele memiliki kandungan protein cukup tinggi yaitu 17,7-26,7% dan lemak 0,95- 11,5%. Sebagai berkembangnya budidaya lele yang cukup pesat di beberapa daerah, sangat berpotensi untuk menjadikan ikan lele sebagai bahan baku olahan kerupuk (Suryaningrum, Ikasari, Mulya, & Purnomo, 2016).

Dikarenakan potensi ikan lele yang melimpah di Desa Kebocoran, maka akan dicoba membuat varian baru kerupuk dengan bahan baku lele. Meski terdengar agak aneh, namun citra rasa kerupuk lele ini patut dicoba dan tidak kalah dengan kerupuk ikan tengiri atau kerupuk udang. Usaha kerupuk iakan lele sangat menjanjikan karena mudah dilakukan dan memiliki peluang yang terbuka lebar. Masih sedikit pengusaha memberi perhatian pada peluang usaha krupuk lele untuk bersaing pada kerupuk-kerupuk ikan lain. Kerupuk ikan lele bahan dasar ikannya melimpah di Desa Kebocoran, sehingga produksi krupuk berskala besarpun tida akan kesulitan untuk mendapatkan bahan bakunya. Pada Karang Taruna Karya 4, pembuatan kerupuk ikan lele bertujuan meningkatkan nilai jual terhadap hasil budidaya lele, sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Dengan adanya pusat pengelolaan ikan menjadi kerupuk ikan lele, diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru, dan menjamin kualitas hasil budidaya ikan lele. Produk kerupuk ikan lele juga mempermudah Karang Taruna Karya 4 untuk menjualnya dan mengkonsumsinya. Pendampingan yang dibutuhkan adalah pelatihan produksi dan cara pemasaran produk kerupuk ikan lele.

Upaya untuk mengatasi permasalahan pemasaran diperlukan pelatihan pengembangan produk dan inovasi, Pengembangan produk merupakan aktivitas lintas disiplin yang membutuhkan kontribusi dari hampir semua fungsi yang ada di perusahaan, tetapi tiga fungsi yang selalu paling penting bagi proyek pengembangan produk terdiri dari Pemasaran, Perancangan (Desain), dan Manufaktur (Cross, 1994).

Setelah dipaparkan mengenai pengembangan produk, yang berikutnya adalah definisi mengenai pengertian inovasi produk menurut Hurley dan Hult (1998) yaitu sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu, perusahaan selalu dituntut agar dapat menciptakan gebrakan baru atau gagasan-gagasan baru, sehingga dapat menawarkan produk yang lebih inovatif, serta dapat meningkatkan pelayanan yang memuaskan pelanggan tentunya.

Dalam membangun jaringan pemasaran, perantara-perantara, para pembeli, dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga ke tangan konsumen sangat penting untuk diketahui. Perpindahan barang tersebut dapat dinamakan sebagai saluran distribusi, yang mana saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri (Swastha, 2002).

Seperti telah dijelaskan di atas bahwa saluran distribusi dan promosi merupakan bagian penting dalam pemasaran suatu produk, dan termasuk kedalam kriteria bauran pemasaran produk. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Kotler dan Keller 2016, yang menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan

rangkaian seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan guna memacu tujuan pemasaran di pasar sasaran. Bauran pemasaran diklasifikasikan atau disebut dengan 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat atau distribusi (*place or distribution*) dan promosi (*promotion*).

Setelah penjelasan terkait saluran distribusi dan promosi diatas bahwa produk kerupuk ikan lele yang telah diproduksi, nantinya akan timbul permasalahan baru yaitu pembuatan ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan cara melakukan pembuatan ijin PIRT. Pengurusan ijin ini penting karena sebagai jaminan atau bukti bahwa usaha kerupuk lele yang dijual memenuhi standar produk pangan yang berlaku. Jika Karang Taruna Karya 4 memiliki ijin PIRT, mereka bisa dengan tenang mengedarkan dan memproduksi secara luas dan resmi. Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga, Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT) adalah jaminan tertulis yang diberikan oleh bupati/wali kota terhadap pangan produksi IRT di wilayah kerjanya yang telah memenuhi persyaratan pemberian SPP-IRT dalam rangka peredaran pangan produksi IRT.

Sementara upaya untuk mengatasi permasalahan modal adalah memberikan modal kepada Karang Taruna 4 Desa Kebocoran untuk mengembangkan usahanya. Selama ini Karang Taruna Karya 4 menggunakan dana dari iuran anggotanya untuk menjalankan usaha budidaya ikan lele. Karang Taruna Karya 4 ini belum pernah mendapatkan bantuan modal dari pemerintah.

Kelompok masyarakat yang akan diujicobakan dalam program kemitraan masyarakat ini sejumlah 10 anggota Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran. Target setelah pelatihan pembuatan kerupuk lele, manajemen pemasaran, pembuatan ijin PIRT, dan diberikan modal kepada Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran dapat diterapkan pada 80% dari peserta program ini.

### 3. METODOLOGI

Berdasarkan uraian pada analisis situasi, permasalahan mitra serta solusi dan target luaran, maka program kemitraan masyarakat ini memiliki metode pelaksanaan dengan memberikan pengarahan mengenai pengembangan inovasi dan pemasaran produk kerupuk berbasis ikan lele pada karang taruna karya 4 di Desa Kebocoran Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. Program kemitraan masyarakat ini dilakukan melalui observasi (survei) wawancara dengan anggota Karang Taruna Karya 4 di Desa Kebocoran, mengurus perijinan kepada pihak-pihak terkait, mempersiapkan material dan nonmaterial yang diperlukan dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat, dan menyiapkan tim koordinasi dalam pelaksanaan program kemitraan. Analisis yang dilaksanakan antara lain pelatihan pembuatan kerupuk lele kepada Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran, pelatihan manajemen pemasaran kepada Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran, pelatihan cara pembuatan ijin PIRT kepada Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran, pemberian modal untuk mengembangkan wirausaha Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran dan melakukan pendampingan kepada Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran.

Dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat, peranan mitra dalam hal ini Karang Taruna Karya 4 di Desa Kebocoran sangat dibutuhkan partisipasinya dalam hal ketertarikan dan minat untuk mengikuti program ini. Pelaksanaan evaluasi setelah berjalannya program kemitraan masyarakat adalah akan dipantau berjalannya Pengembangan Inovasi dan Pemasaran Produk Kerupuk Berbasis Ikan Lele pada Karang Taruna Karya 4 di Desa Kebocoran Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian pada masyarakat telah dilaksanakan pada hari Minggu 5 September 2021, dengan peserta pelatihan adalah 10 orang Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran. Pelatihan ini diberikan oleh tiga tim pemateri yang menyampaikan materi tentang pembuatan kerupuk ikan lele; strategi/ manajemen pemasaran kerupuk ikan lele; dan hak paten/ cara pembuatan ijin PIRT

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Jalan Sumurwatu RT 1 RW 2 Desa Kebocoran Kecamatan Kedungbanteng. Hasil dari kegiatan tersebut berjalan dengan lancar, keterbukaan para pengurus Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran menyampaikan permasalahan dan diskusi terkait dengan jalan keluar permasalahan diperoleh dengan baik. Saat ini para pengurus Karang Taruna Karya 4 Desa Kebocoran mengetahui bagaimana menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk memasarkan dan meningkatkan pemasaran secara online agar kerupuk ikan lele lebih dikenal dan banyak pembeli.

Pembuatan Kerupuk Ikan lele membutuhkan bahan-bahan antara lain 500 gram tepung terigu, 500 gram tepung tapioka, 70 gram daging ikan lele, air secukupnya, minyak goreng, plastik, karet, 5 siung bawang putih, 1 sendok makan ketambar, garam secukupnya, daun bawang iris halus, dan 1 sendok makan pengental makanan.

Cara membuat kerupuk lele antara lain:

1. Haluskan bumbu
2. Campurkan bahan menjadi satu sampai halus
3. Cetak menggunakan plastik/ Loyang kemudian dikukus kurang lebih 30 menit
4. Angkat dari dandang, kemudian iros sesuai selera dan jabarkan di tampah
5. Keringkan di bawah sinar matahari
6. Setelah kering, siap digoreng dan disajikan

Inovasi produk kerupuk lele yang berbahan dasar dari ikan lele telah dibuat oleh kelompok karang taruna karya 4. Upaya guna membangun strategi pemasaran yang efektif untuk kerupuk lele tersebut perlu digunakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan variabel yang digunakan untuk memberikan stimulus kepada pasar sasaran. Komponen bauran pemasaran terdiri dari:

- a. Produk (*product*), yaitu barang dan jasa yang ditawarkan kepada pasar sasaran. Pembekalan pengetahuan produk yang diberikan kepada karang taruna 4 yaitu meliputi kualitas bahan kerupuk yang dibuat merupakan bahan dasar lele yang masih segar dan memiliki rasa yang enak bila digoreng. Memiliki ukuran diameter kerupuk yang mudah di konsumsi. Ukuran kemasan juga menjadi perhatian guna mencapai tujuan pasar sasaran. Mempunyai nama merek yang mudah diingat dan diucapkan oleh konsumen.
- b. Harga (*price*), jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang dan jasa. Pada variabel harga produk krupuk lele karya karang taruna 4 ini digunakan harga yang layak dengan memperhitungkan harga pokok produk serta margin keuntungannya. Diskon atau potongan harga khusus diberikan kepada para pembeli dalam jumlah banyak. Pembeli untuk dijual kembali dapat menggunakan periode pembayaran tempo dalam jangka waktu yang tidak panjang.
- c. Tempat (*place*), aktivitas perusahaan untuk membuat produk menjadi tersedia bagi konsumen sasaran. Saluran pemasaran yang digunakan karang taruna 4 dapat berupa saluran distribusi ke toko-toko sekitar desa kedungbanteng. Jarak yang dekat dengan area pembuatan kerupuk merupakan cara jitu saluran distribusi dikarenakan efektif dan efisien. Setelah melakukan penetrasi pasar disekitar area kedungbanteng maka perlu perluasan area ke luar dari kedungbanteng. Tujuannya agar produk dapat tersedia di pasar sasaran dan dapat menyerap tenaga kerja kembali dikarenakan produksi yang meningkat sejalan dengan perluasan area pemasarannya.
- d. Promosi (*promotion*), kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan tentang manfaat dari produk atau jasa, sehingga konsumen menjadi yakin untuk menggunakan produk dan jasa. Dapat dilakukan dengan cara pemasaran langsung menawarkan ke toko-toko sekitar area kedungbanteng.

Hak paten adalah hak eksklusif investor yang merupakan hak kepemilikan yang diberikan oleh pemerintah bagi individu atas hasil karyanya dalam bidang tehnologi selama waktu tertentu. Dengan kata lain hak ini untuk mempersembahkan kebebasan kepada seseorang untuk menjalankan sendiri penemuannya. Hak paten diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 tahun 2016. Fungsi hak paten, yaitu bagi pemegang hak paten yaitu inventor sebagai pemilik paten atau pihak yang menerima hak tersebut dari pemilik paten atau pihak yang menerima lebih lanjut hak tersebut yang terdaftar dalam daftar umum paten.

Keuntungan memiliki hak paten antara lain:

1. Produk dan logo yang sudah dipatenkan tidak boleh ditiru atau dijiplak tanpa izin.
2. Tidak boleh dipasarkan atau didistribusikan tanpa izin
3. Kalau sudah dipatenkan akan terhindar dari pemalsuan atau penipuan.
4. Akan terjaga keasliannya.
5. Selalu dipercaya oleh konsumen
6. Bisa menimbulkan royalti jika bekerja sama dengan pihak lain.

Cara mengurus hak paten antara lain:

1. Datang ke kantor Kementerian Hak Asasi Manusia (KEMENKUM HAM) atau cabang terdekat.
2. Membuat surat permohonan dengan membawa persyaratan (surat pernyataan hak, surat pengalihan hak, surat kuasa, foto kopi KTP/identitas pemohon, foto kopi akta pendirian badan hukum yang dilegalisir, Foto kopi NPWP badan hukum, Foto kopi atas nama pemohon badan hukum untuk di tanda tangani surat pernyataan dan surat kuasa ).
3. Isi formulir pendaftaran.
4. Membayar biaya pendaftaran.

Setelah semua proses dipenuhi maka Dirjen HAKI setelah terhitung dari mulai mendaftar akan memberikan pengumuman tentang hak paten yaitu setelah 18 bulan tepat. Pengumuman hak paten akan dilangsungkan selama 6 (enam) bulan, dengan tujuan untuk mengrtahui respon masyarakat keberatan atau

tidak. Jika tahap pengumuman sudah terlewati, maka permohonan hak paten tersebut diterima. Kemudian hak paten itu dengan jangka waktu 20 tahun merupakan hak eksklusif pemohon terkait produk dan logo.

Hak-hak yang tidak bisa dipatenkan yaitu antara lain:

1. Proses atau produk pengumuman, penggunaan, atau pelaksanaannya bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, agama, ketertiban umum, atau kesusilaan.
2. Metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan, dan/atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia.

Pada tahapan rencana pengembangan pasar kerupuk berbahan dasar ikan lele ini yaitu dengan mengevaluasi dari bauran pemasaran produknya. Variabel-variabel yang ada pada bauran pemasaran dapat mengerucut kepada salah satu dari variabel-variabel yang ada di bauran pemasaran tersebut. Variabel produk kerupuk ikan lele tersebut dapat berinovasi dari rasa yang cukup digemari masyarakat. Seperti rasa pedas dengan level tertentu maupun rasa lainnya yang tentu paling digemari oleh konsumen.

Variabel harga perlu diperhatikan dengan panjang pendeknya rantai saluran pemasaran. Adanya varian rasa tentu membuat harga menjadi berbeda dan tetap mementingkan harga yang pas untuk dapat dipasarkan ke pasar sasaran. Diskon atau potongan harga juga menjadi perhatian yang sangat penting guna memikat konsumen baru dan tetap memelihara pelanggan toko-toko lama yang telah bekerjasama. Evaluasi metode pembayaran toko-toko lama menjadi hal yang sangat penting guna keberlangsungan produksi kerupuk ikan lele.

Promosi dilakukan secara offline yaitu dengan tenaga penjualan langsung ke pasar sasaran. Selain secara offline juga dilakukan secara online, dapat berupa pembuatan instagram dengan menampilkan merek produk dan juga konten menarik. Turut serta group facebook jual beli produk UMKM Banyumas dan di luar area Banyumas guna perluasan pasar. Melakukan promosi dengan media whatsapp dikarenakan mudah digunakan, caranya yaitu masuk atau gabung di group whatsapp jual beli produk UMKM Banyumas dan sekitarnya.

Variabel yang berikutnya yaitu tempat, yang tetap memperkuat pasar sasaran saluran distribusi ke area sekitar Kedungbanteng. Membuka peluang pasar di luar area Kedungbanteng yaitu sekitar Kabupaten Banyumas. Tidak menutup kemungkinan di kabupaten lainnya, dengan tetap melihat kondisi permintaan pasar. Bila kondisi permintaan cukup menggembirakan maka dilakukan perluasan pasar berikutnya.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan luaran yang dicapai, diperoleh simpulan bahwa pengembangan inovasi dan pemasaran produk kerupuk berbasis ikan lele pada karang taruna karya 4 di Desa Kebocoran Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas berhasil. Pemanfaatan ikan lele untuk pembuatan kerupuk ikan lele merupakan ide gagasan atau cara strategi baru dalam hal Pengembangan Produk dan Inovasi, Promosi, serta distribusi produk yang tepat sasaran efektif dan efisien namun menghasilkan penjualan yang menggembirakan, sehingga dapat memajukan atau meningkatkan prekonomian seluruh anggota Karang Taruna Karya 4.

Saran yang dapat disampaikan adalah perlu dilakukan monitoring pada karang taruna karya 4 di Desa Kebocoran Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas agar memperkuat pasar sasaran saluran distribusi ke area sekitar Kedungbanteng dan membuka peluang pasar di luar area Kedungbanteng yaitu sekitar Kabupaten Banyumas.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih diberikan kepada Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, ketua karang taruna karya 5 Desa Kebocoran serta seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Desi dan Dwiyanto, B.M. Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal of Management* Volume 2, 2013, Pages 1- 10.
- Cross, N. *Engineering Design Methods*, 2nd Ed. England: John Willey and Sons Inc, 1994.
- Hurley, R.F., Hult, G., & Tomas, M. Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Intergration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, July 1998.

- Kotler, P., & Armstrong, G. Principles of marketing: global edition (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc, 2016.
- Larasati, B.H. Analisis Hubungan Komunikasi Pemasaran dengan Kualitas Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi pada UMKM mitra binaan IPB. Skripsi, IPB, Bogor. 2011.
- Suryaningrum, T. D., Iksari, D., Mulya, I., & Purnomo, A. H. gariepinus Dari Beberapa Perbandingan Daging Ikan Dan Tepung Tapioka Characteristics of Grilled Fish Crackers from Several Ratios of Catfish (*Clarias gariepinus*) Meat and Tapioca Flour. *Jurnal Pascapanen Dan Bioteknologi Kelautan Dan Perikanan*, Volume 11, 2016, Pages 25-40.
- Swastha, B. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Liberty, 2002.
- Ubaidillah, A., & Hersoelistyorini, W. Kadar Protein dan Sifat Organoleptik Nugget Rajungan dengan Substitusi Ikan Lele (*Clarias gariepinus*). *Jurnal Pangan dan Gizi*, Volume 01, 2010, Pages 45-54.
- Yuliastri, V., & Suwandi, R. Hasil Penilaian Organoleptik dan Histologi Lele Asap Pada Proses Precooking the Organoleptic and Smoked Catfish Histology from Precooking. *Jphpi*, 2015,