

SOSIALISASI PENGOLAHAN DAN PEMASARAN PRODUK *BABY NILA CRISPY*
DI DESA BUNKATE, KECAMATAN JONGGAT, KABUPATEN LOMBOK
TENGAH

*Socialization Of Processing And Marketing Of Crispy Tila Baby Products In
Bunkate Village, Jonggat District, Central Lombok District*

Sarkawi, SH., MH¹, Hans Riadhi Syamsi¹, Radifan Akbar Thirafi Maulana²,
Baiq Dewi Alya Nilyana Putri³, Siti Maria Ulfa⁴, Afni Rfidah Fadhilah⁵, Akbar
Fitra Rohadi⁶, Lalu Alfitra Ratila⁷, Ustratul Mawaddah⁸, Baiq Naning Dwi
Patmida⁹

Program Studi Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Mataram¹,
Program Studi Ilmu Tanah Fakultas Pertanian Universitas Mataram²,
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Mataram³, Program Studi Ilmu Teknologi Pangan Fakultas Teknologi Pangan
dan Aroindustri Universitas Mataram⁴, Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Teknik Universitas Mataram⁵, Program Studi Pendidikan Biologi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mataram⁶, Program
Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan Universitas Mataram⁷

Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

Informasi artikel	
Korespondensi	: hansriadhis@gmail.com
Tanggal Publikasi	: 11 Februari 2024
DOI	: https://doi.org/10.29303/wicara.v2i1.4095

ABSTRAK

Desa Bunkate adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Bunkate terdiri dari 6 dusun. Berdasarkan hasil survey salah satu potensi Desa Bunkate adalah banyaknya masyarakat yang menjadi peternak ikan air tawar terutama ikan nila. Potensi ini dapat dimanfaatkan menjadi produk yang dapat meningkatkan perekonomian di Desa Bunkate. Anakan ikan nila (*baby nila*) dapat diolah menjadi produk makanan berupa produk cemilan yakni ikan krispi. Adapun metode pelaksanaan antara lain Pra kegiatan, Pelaksanaan kegiatan, Evaluasi kegiatan dan Pembuatan produk serta pemasaran. Kegiatan sosialisasi dan demonstrasi dilakukan pada hari Senin, 22 Januari 2024 bertempat di Aula Kantor Desa Bunkate yang dihadiri oleh ibu-ibu Desa Bunkate. Mutu organoleptik yang harus dihasilkan *baby nila crispy* yakni warna cokelat keemasan setelah digoreng. Tidak ada aroma amis pada *baby nila*. Rasa yang dihasilkan dihasilkan yaitu gurih dan asin. Tekstur *baby nila* yang dihasilkan yaitu renyah dan garing. Kegiatan promosi dan pemasaran produk olahan *baby nila* ini dilakukan secara *offline* dan *online*. Pemasaran secara *offline* dilakukan dengan cara menitipkan ke kios-kios warga di Desa Bunkate. Sedangkan pemasaran secara *online* dilakukan melalui media social yakni Instagram dan Whatsapp. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian desa serta memajukan UMKM yang terdapat di Desa Bunkate.

Kata Kunci: Baby Nila, Usaha, Perekonomian

ABSTRACT

Bunkate Village is a village located in Jonggat sub-district, Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara Province. Bunkate Village consists of 6 hamlets. Based on the survey results, one of the potentials of Bunkate Village is the large number of people who are freshwater fish breeders, especially tilapia. This potential can be utilized into products that can improve the economy in Bunkate Village. Tilapia baby fish can be processed into food products in the form of snack products, namely crispy fish. The implementation methods include pre-activity, implementation of activities, evaluation of activities and product creation and marketing. Socialization and demonstration activities were carried out on Monday, January 22 2024 at the Bunkate Village Office Hall which was attended by Bunkate Village women. The organoleptic quality that crispy baby tilapia must produce is a golden brown color after frying. There is no fishy aroma in baby tilapia. The resulting taste is savory and salty. The texture of the baby tilapia produced is crunchy and crunchy. Promotion and marketing activities for processed baby tilapia products are carried out offline and online. Offline marketing is carried out by entrusting it to local kiosks in Bunkate Village. Meanwhile, online marketing is carried out through social media, namely Instagram and WhatsApp. It is hoped that this activity can help improve the village economy and advance MSMEs in Bunkate Village.

Keywords: *Baby Tilapia, Business, Economy*

PENDAHULUAN

Desa Bunkate adalah sebuah desa yang terletak di kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Bunkate terdiri dari 6 dusun yaitu dusun Bunkate Timuk, Bunkate Bat, Bun Gol, Dasan Kulur, Batu Ngereng dan Tanak Beak. Desa Bunkate merupakan salah satu desa yang termasuk dalam wilayah Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah dengan luas wilayah ±301,26 Ha, dengan pemanfaatan lahan antara lain untuk Lahan pertanian, Lahan perkebunan, Permukiman dan pekarangan, Lahan terbuka hijau, Perkantoran dan fasilitas umum lainnya.

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, mayoritas pekerjaan penduduk Desa Bunkate yaitu bertani, beternak, dan pegawai negeri. Namun untuk pegawai negeri sendiri bisa dihitung jari (sangat sedikit). Profesi bertani ini didukung oleh alam yang asri dan subur. Untuk hasil bertani penduduk Desa Bunkate memasarkan ke pasar atau ke pengepul langsung tanpa ada olahan terlebih dahulu, bahkan ada juga petani yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai konsumsi sendiri tanpa di jual ke pasar. Desa Bunkate banyak yang beternak ikan air tawar yang pemasarannya sudah sampai ke luar Pulau Lombok.

Salah satu potensi Desa Bunkate adalah banyaknya masyarakat yang menjadi peternak ikan air tawar terutama ikan nila, yang kemudian diolah menjadi produk makanan berupa produk cemilan ikan krispi. Produk ini dibuat dari ikan air tawar yang masih kecil dan tidak berkembang (*baby fish*). *Baby fish* yang digunakan untuk membuat produk ini memiliki umur berkisar antara 2-3 minggu. Akan tetapi produk ini sudah tidak di jalankan lagi karena tidak ada yang melanjutkan UMKM tersebut, sehingga kelompok KKN Desa Bunkate ingin mengembangkan produk UMKM tersebut agar dapat berjalan kembali.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam program Proposal KKN (Kuliah Kerja Nyata) di desa Bunkate, kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah ini disusun secara sistematis agar sesuai dengan penerapannya. Adapun metode pelaksanaan sebagai berikut:

A. Pra kegiatan

Dalam tahap ini terdapat tiga kegiatan yang dilakukan, yaitu 1) Survey lokasi kolam ikan, survey ini bertujuan untuk mencari lokasi kolam ikan yang menyediakan ketersediaan ikan nila (*baby fish*). 2) Wawancara, kegiatan wawancara ini menargetkan selaku pelaku usaha *baby fish crispy* sebelumnya dan berdiskusi dengan ibu kepala desa selaku ketua ibu – ibu PKK yang akan menjadi peserta pelatihan. 3) Trial and Error, kegiatan ini adalah proses menyiapkan alat maupun bahan – bahan yang dibutuhkan dan proses percobaan pembuatan *baby nila crispy* sebelum melakukan dan sosialisai yang dilakukan oleh kelompok kkn kami.

B. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi pengolahan *baby nila crispy* ini dilakukan dengan mendemonstrasikan proses pembuatan kepada peserta yang merupakan ibu – ibu PKK. Kegiatan dilaksanakan di aula kantor desa Bunkate pada hari senin, 22 januari 2024. Selain itu peserta juga diberikan arahan untuk melakukan pemasaran untuk kelanjutan usaha.

C. Evaluasi Kegiatan

Pada tahap evaluasi kegiatan, terdapat sesi tanya jawab dan wawancara oleh sebagian peserta. Dari kedua cara tersebut, diharapkan masyarakat semakin termotivasi untuk melakukan pemberdayaan dan berinovasi untuk memperbaiki perekonomiannya. Selain itu, dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat Desa Bunkate mengenai pemanfaatan potensi yang ada.

D. Pembuatan Produk dan Pemasaran

1. Alat dan bahan

Alat-alat yang digunakan antara lain: baskom, cobek, wajan, pisau, spatula, peniris minyak, dan kompor gas.

Bahan-bahan yang digunakan antara lain: *baby nila*, ketumbar, merica, bawang putih, jeruk nipis, garam, penyedap rasa, tepung beras, tepung tapioca, dan minyak goreng

2. Cara Pembuatan

Adapun cara pembuatan produk yakni, pertama ikan-ikan kecil dibelah, kemudian dibersihkan dengan cara mengeluarkan kotoran ikan setelah itu dibilas menggunakan air bersih lalu direndam menggunakan perasan jeruk nipis. Setelah itu, haluskan bumbu-bumbu yang telah disiapkan. Campurkan bumbu yang telah halus kedalam ikan, marinasi selama 10-15 menit. Setelah itu, campurkan ikan kedalam wadah yang berisi tepung beras dan tapioka dengan perbandingan 4:1. Dipanaskan minyak goreng kemudian digoreng ikan hingga *crispy*. Setelah itu, tiriskan minyak goreng. Langkah terakhir yakni kemas ikan *crispy* menggunakan kemasan plastic (*zip lock*).

3. Promosi Dan Pemasaran Produk

Kegiatan promosi dan pemasaran produk olahan *baby nila* ini dilakukan secara *offline* dan *online*. Pemasaran secara *offline* dilakukan dengan cara menitipkan ke kios-kios warga di Desa Bunkate. Sedangkan pemasaran secara *online* dilakukan melalui media social yakni Instagram dan Whatsapp.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama masa KKN, adapun hasil yang diperoleh dari seluruh kegiatan yang berjalan yaitu :

A. Sosialisasi Produk *Baby Nila Crispy*

Kegiatan sosialisasi dilakukan pada hari Senin, 22 Januari 2024 bertempat di Aula Kantor Desa Bunkate. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh ibu-ibu Desa Bunkate yang mana sebagian besar dihadiri oleh ibu-ibu PKK dan ibu rumah tangga (IRT). Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk membantu meningkatkan perekonomian desa serta memajukan UMKM yang terdapat di Desa Bunkate. Kegiatan ini diawali dengan persiapan lokasi sosialisasi yang dilakukan oleh anggota KKN di Aula Kantor Desa Bunkate. Kegiatan persiapan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan persiapan

Selanjutnya, pada pukul 09.00 WITA kegiatan sosialisasi dimulai. Kegiatan sosialisasi ini berlangsung dengan lancar. Dalam kegiatan sosialisasi ini, anggota KKN mempraktikkan proses pengolahan *baby nila*, mulai dari proses pembersihan ikan hingga proses pengemasan *baby nila crispy*. Kegiatan demonstrasi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan demonstrasi

Peserta sosialisasi sangat antusias sepanjang kegiatan berlangsung. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya ibu-ibu yang memberikan pertanyaan dan tanggapan mengenai produk *baby nila crispy* ini. Dan kegiatan sosialisasi ini diakhiri dengan sesi foto bersama dengan para tamu undangan dan anggota KKN. Kegiatan foto bersama dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Foto bersama

B. Produk *Baby Nila Crispy*

Teknik yang digunakan untuk menilai mutu *baby fish*, yaitu dengan menilai mutu sensorik atau mutu organoleptiknya. Penilaian mutu secara sensoris sudah

sangat memadai jika dilakukan dengan baik dan benar. Kandungan nutrisi yang terdapat pada ikan yang digunakan untuk pembuatan *baby* nila yaitu omega-3, asam lemak, vitamin B2, vitamin D, fosfor, dan mineral : zat besi, seng, yodium, magnesium, dan kalium. Ada lima parameter sensoris utama yang perlu dinilai, yaitu penampakan, warna, bau, rasa, dan tekstur.

Penampakan Ikan yang digunakan digunakan untuk membuat *baby* nila harus tetap dalam keadaan yang segar untuk menghasilkan mutu yang bagus. Warna yang dihasilkan dihasilkan *baby* nila adalah coklat keemasan setelah digoreng. Tidak ada aroma amis pada *baby* nila. Rasa yang dihasilkan dihasilkan yaitu gurih dan asin. Tekstur *baby* nila yang dihasilkan yaitu renyah dan garing.

C. Promosi dan Pemasaran Produk

Pada tahapan ini dilakukan percobaan promosi dan pemasaran produk olahan *baby* nila. Kegiatan pemasaran ini dilakukan secara *offline* dan *online*. Pemasaran secara *offline* menggunakan metode jasa titip pada kios/warung konvensional dengan menitipkan 10 buah produk di setiap warungnya yang berada di wilayah Desa Bunkate. Kegiatan promosi dan pemasaran produk pada kios-kios warga dapat dilihat pada Gambar 4 dan 5.

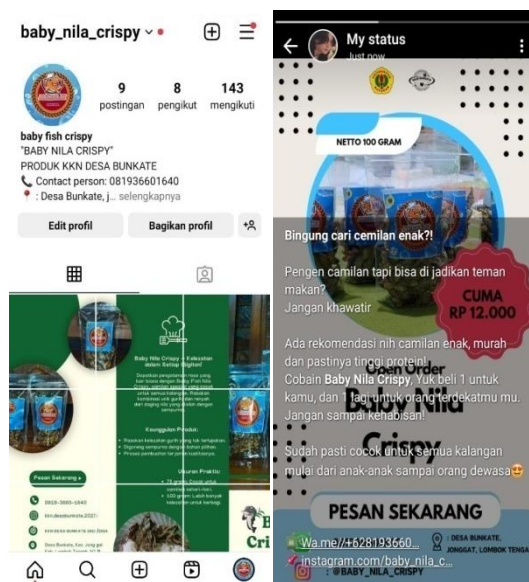


Gambar 4. Pemasaran ke kios



Gambar 5. Pemasaran ke kios

Gambar di atas menunjukkan dokumentasi beberapa kios yang dititipkan untuk menjual produk dengan harga sebesar Rp. 12.000 per bungkusnya. Selain Pemasaran produk secara *offline*, pemasaran dilakukan juga secara *online* yakni melalui media sosial. Media social yang digunakan untuk memasarkan produk yakni Instagram dan Whatsapp. Dokumentasi pemasaran pada media sosial dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Penjualan produk menggunakan media sosial

KESIMPULAN DAN SARAN

Program KKN PMD UNRAM 2023/2024 di Desa Bunkate, Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah ini berjalan dengan sangat baik dengan menghasilkan pengembangan produk olahan ikan berupa *baby nila crispy*. Dengan respon yang sangat positif dari ibu-ibu PKK dan mitra usaha, produk ini diharapkan tetap bisakonsisten dan meningkatkan perekonomian Masyarakat Desa Bunkate. Melalui pemasaran dari toko ke toko dan memanfaatkan sosial media berupa Instagram, Whatsapp, dan sebagainya, produk ini dapat dengan mudah dijangkau oleh segala kalangan baik dari anak-anak hingga orang dewasa.

Saat proses pembuatan terutama saat proses pengeringan, sebaiknya produk *baby nila crispy* ini menggunakan mesin *spinner* (pengering minyak) untuk mendapatkan tingkat kerenyahan yang lebih baik. Produk ini juga dapat ditambahkan varian rasa menggunakan bubuk perasa balado, keju, jagung dan lain sebagainya. Selain itu, produk ini juga dapat dikembangkan dengan mengurus legalitas produk seperti P-IRT dan label halal. Serta pada kemasan dapat ditambahkan label *expired date* (tanggal kadaluarsa).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. C. A., et al, "Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Desa Pesanggrahan Melalui Produk Olahan Ikan Nila" *Prosiding Seminar Nasional Gelar Wicara*, vol. 1, hal. 567-674, Universitas Mataram, Februari 2023.
- Asia, N., Suparmi, S., & Sumarto, S. (2016). *Consumer Acceptance to Fried Tilapia Baby Fish (Oreochromis Nilotic) in Different Sizes* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Ayuningtyas, C. E., Rahmadewi, Y. M., Budiantoro, A., & Ridha, M. R. (2021). Pemanfaatan Ikan Nila Sebagai Produk Kuliner Khas Ekowisata Bendhung Lepen Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung* Vol. 1, 65-74
- Churiyah, M., et al, m "Pemberdayaan Kelompok Usaha *Baby Fish Crispy* Desa Mulyoagung Ngantang Kab. Malang" *Portal Riset dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (PRIMA)*, vol. 1, no. 4, hal. 133-140, 2022.
- Falah, A., N., et al, (2021) "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Bojongsawah Melalui Produk Olahan Ikan Nila" Vol: I No: 7.

- Febrianti, M., dan Fahria, "Analisis Usaha dan Strategi Pengelolaan Risiko Produksi Pada Usaha Budidaya Ikan Nila di Desa Teratak Buluh Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau" *Jurnal Agroteknologi Agribisnis dan Akuakultur*, vol. 3, no. 2, hal. 68-79, Juli 2023.
- Haryono, H. N., Pinandoyo, P., dan Chilmawati, D., "Pengaruh Pakan Buatan dengan Tepung Ikan Petek Terhadap Pertumbuhan dan Kelulushidupan Ikan Nila Strain Larasati (*Oreochromis niloticus*)", *Journal of Aquaculture Management and Technology*, vol. 4, no. 1, hal. 64-70, 2015.
- Kusumanti, I., et al, "Sosialisasi Potensi Bisnis Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Desa Nagrak, Kabupaten Cisaat, Sukabumi" *Agrokreatif*, vol. 9, no. 2, hal. 154-163, 2023.
- Nadia, L. A., Nadia, L. M., Rosmawati, & Piliانا, W. O. (2020). KOMPOSISI KIMIA *BABY FISH NILA LARASATI (Oreochromis niloticus) PADA BERBAGAI UMUR PANEN DALAM SISTEM AKUAPONIK. JPHPI*, 215-224.
- Nurazani, A. N., "Studi Pengembangan Diversifikasi Produk *Crispy Baby Fish* dalam Upaya Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian: *Survey* pada Pengunjung Hypermart Cianjur", Universitas Pendidikan Indonesia, 2014
- Patimah, I. F. R., Kristiastuti, D., Sutiadiningsih, A., Purwidiani, N., & Huda, I. (2022). Peningkatan Keterampilan Berwirausaha Melalui Pelatihan Aneka Olahan Krispi. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 63-71.
- Putri, D. A., Pratiwi, A., & Suwartiningsih, N. (2018). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani dalam Diversifikasi Olahan Ikan Nila. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 375-380.
- Ratnaningsih, N., Rahayu, T., dan Mujiyono, M., "Perbaikan Mutu Produk *Baby Fish Nila* Krispi di Kelompok Tani Karya Mina Utama, Rowo Jombor, Klaten, Jawa Tengah" *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 3, hal. 348-359, Agustus 2021.
- Saffruddin, Ubaidillah, A. R., Amini, A., Septiana, B. I., Elistiani, Lana, E. S., et al. (2022). PENGOLAHAN IKAN NILA MENJADI ABON IKAN DAN KERUPUK TULANG IKAN. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 103-110.
- Sihmawati, R. R., et al, "Peningkatan Keterampilan Masyarakat Desa Papungan Melalui Pelatihan Diversifikasi Olahan Pangan Berbahan Baku Ikan" *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional*, vol. 02, no. 06, hal. 72-82, 2022.
- Sjahrudin, H., et al, "Keripik Ikan Nila Sebagai Solusi Peningkatan Pendapatan Warga Desa" *Community Development Journal*, vol. 4, no. 2, hal. 1020-1028, Juni 2023.
- Sumadi, I. H., & Ansar, N. M. (2021). PENGOLAHAN KERUPUK IKAN BANDENG (*Chanos Chanos Sp*) DENGAN PENAMBAHAN PASTA TULANG IKAN BANDENG. *Jurnal Pengolahan Pangan*, 28-34.
- Taufik, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Keripik Ikan Mas Di Desa Ciasihan, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 7(2), 134-138.
- Wonggo, D., & Reo, A. R. (2018). Diversifikasi produk olahan ikan di Kelurahan Tongkeina Kecamatan Bunaken Kota Manado. *Media Teknologi Hasil Perikanan*, 6(3), 82-87.
- Yudaswara, R. A., Rizal, A., Pratama, R. I., & Suryana, A. A. H. (2018). Analisis kelayakan usaha produk olahan berbahan baku ikan nila (*Oreochromis niloticus*)(Studi Kasus di CV Sakana Indo Prima Kota Depok). *Jurnal Perikanan Kelautan*, 9(1).