Pemberdayaan Perempuan Bekasi: Inovasi Pengolahan Lele Menjadi Produk Makanan Beku

Irwan Indriyanto[1], Yuaniko Paramitra[2], Muhammad Syarif Hartawan[3], Zulfa Laila[4], Ridho Hidayatullah[5]

[1, 2, 3, 4, 5)] Universitas Krisnadwipayana, Bekasi
e-mail: nicoyp@unkris.ac.id

Abstrak

Posisi perempuan sebagai pengelola keuangan keluarga ditekankan dari serangkaian usaha produktif yang secara strategis memanfaatkan potensi modal sosial dalam lingkungan sosial-komunitas. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk melaksanakan serangkaian kegiatan yang akan memberikan nilai manfaat untuk memperkuat kapasitas pengetahuan dan keterampilan kelompok ibu rumah tangga Bina Karya Srikandi agar dapat memanfaatkan hasil panen ikan lele warga menjadi berbagai macam produk makanan beku dengan memanfaatkan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran. Bentuk pengabdian masyarakat yang digunakan penulis dalam kegiatan ini dibagi menjadi dua, yaitu Metode Pelatihan dan Penyediaan Peralatan Pengolahan Produk Ikan Lele. Pelatihan yang diberikan dalam kegiatan ini berfokus pada tiga bidang, yaitu pengembangan SDM mitra, pengembangan produk, dan pengembangan proses pemasaran. Pengembangan yang dilakukan merupakan upaya penulis untuk membantu mengatasi masalah yang dihadapi mitra. Hasil kegiatan ini adalah kami mengembangkan mitra kami di tiga bidang, seperti pengembangan SDM, pengembangan produk dan pemasaran, kami memberikan pelatihan pengolahan daging lele menjadi makanan beku yang terbuat dari lele, seperti bakso lele, lele siap goreng, dan otak-otak lele untuk meningkatkan kesadaran mereka tentang citra merek dan keterlibatan mereka dengan pemasaran media sosial dengan menyediakan akun Instagram untuk Bina Karya Srikandi guna mempromosikan produk mereka. Kami juga membantu mereka membuat logo merek. Bina Karya Srikandi kini memiliki lebih banyak varian produk lele dan saluran pemasaran yang lebih luas.

Kata kunci: Pemberdayaan, Pemasaran digitali, Pemberdayaan ekonomi, Produk olahan

Abstract

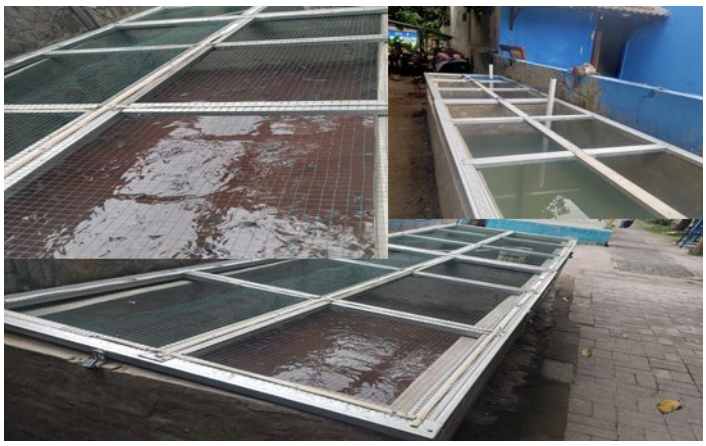
The position of women as family financial managers is emphasized from a series of productive efforts that strategically utilize the potential of social capital in the socio-community environment The purpose of the community service activity is to implement a series of activities that will have beneficial value to strengthen the knowledge and skills capacity of the Bina Karya Srikandi housewife group to be able to utilize the results of the residents' catfish harvest into a variety of frozen food by utilizing technology in the production and marketing process. The form of community service that the author uses in this activity divided into two, namely, Training Method and Provision of catfish product processing equipment. Training that provided in this activity focuses on 3 areas, namely partner HR development, product development and marketing process development, the development carried out is an effort by the author to help overcome the problems experienced by partners. The results of the activity is we develop our partner in 3 areas such as, HR development, Product and marketing development, we providing training on processing catfish meat into frozen food made from catfish, such as catfish meatballs, ready-to-fry catfish, and catfish otak otak to increase their awareness about their brand image and engagement with social media marketing by provide social media Instagram for Bina Karya Srikandi to promote their product. We also help them create brand logo. Bina Karya Srikandi now have more variant catfish product and more marketing channel.

Keywords*: Empowerment, Digital marketing, Economy empowerment, Processed products.*

PENDAHULUAN

Peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat dan kemandirian perlu memperhatikan aspek pemberdayaan ekonomi keluarga yang dapat menjadi pintu masuk untuk memajukan kesejahteraan masyarakat. Pelaksanaan berbagai kebijakan dan program yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi keluarga patut mendapat apresiasi atas perannya dalam memberikan akses peluang, terutama bagi perempuan, sehingga dapat meningkatkan kualitas kehidupan keluarga (Kusumaningrum, 2016). Modal sosial perempuan memiliki komponen-komponen yang mengandung kepercayaan, nilai-nilai sosial dan norma, timbal balik yang menjadi dasar mekanisme dan pembentukan institusi kooperatif yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat ekonomi keluarga (Wibowo et al., 2023). Dengan demikian, posisi perempuan sebagai pengelola keuangan keluarga ditekankan dari serangkaian usaha produktif yang secara strategis memanfaatkan potensi modal sosial dalam lingkungan sosial-komunitas (Neni Heryani et al., 2023; Puspitasari, 2015). Sebagaimana diketahui, Undang-Undang Nomor 52 Tahun 2009 telah mewajibkan bahwa pembinaan ketahanan dan kesejahteraan keluarga dilakukan melalui peningkatan akses dan peluang untuk menerima informasi dan sumber daya ekonomi melalui usaha mikro keluarga, pengembangan inovatif dalam memberikan bantuan kepada keluarga miskin, dan pelaksanaan upaya pengentasan kemiskinan (Paramitra et al., 2023).

RT.005/013 yang terletak di Kelurahan Duren Jaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi, merupakan salah satu RT yang warganya kreatif dalam memanfaatkan tanah fasilitas umum untuk dijadikan nilai ekonomi bagi warganya. Budidaya ikan lele pada gambar 1 merupakan pilihan warga untuk menjadi salah satu kegiatan kewirausahaan di lingkungan mereka. Kegiatan ini merupakan area potensial yang masih dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Ukuran kolam saat ini adalah 6meter panjang, 2meter lebar, dan 1,5meter tinggi yang dibagi menjadi 2 bagian kolam dan kapasitas total kolam lele adalah 1.500 ikan. Hasil panen ikan lele dari kolam ini adalah 168,7 kg.



Gambar 1. Kolam ikan lele di RT.005/013

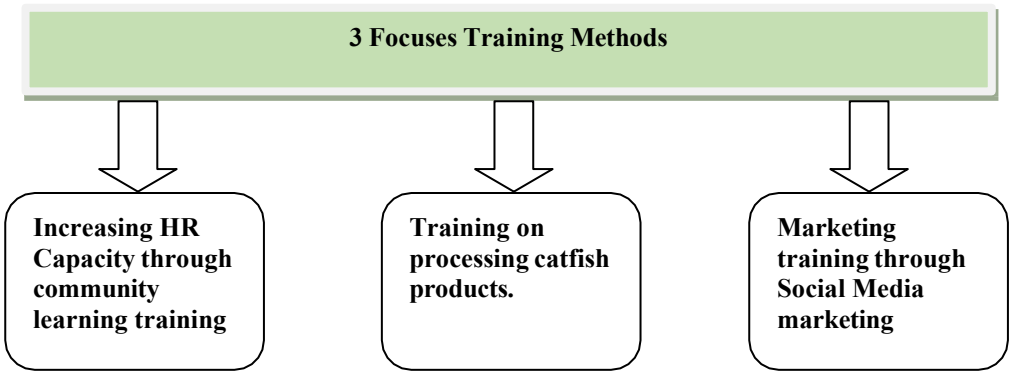
Bina Karya Srikandi sebagai mitra kami yang terdiri dari kelompok ibu rumah tangga di lingkungan RT 05/13, memiliki rencana untuk mengolah ikan lele menjadi produk makanan beku dengan berbagai variasi produk olahan seperti fillet lele original, fillet lele bumbu kunir, fillet lele bakar, nugget lele, dan bakso lele. Mereka memiliki ide bahwa hasil panen ikan lele dapat diolah menjadi makanan beku yang memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan dengan hanya menjual ikan lele segar, namun belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi dan pemasaran. Kondisi ini menjadi masalah dari potensi yang ada dan perlu dipecahkan (Febriyanti et al., 2023).

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk melaksanakan serangkaian kegiatan yang akan memberikan nilai manfaat untuk memperkuat kapasitas pengetahuan dan keterampilan kelompok ibu rumah tangga Bina Karya Srikandi agar dapat memanfaatkan hasil panen ikan lele warga menjadi berbagai macam produk makanan beku dengan memanfaatkan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran. Inisiatif ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memastikan bahwa pengelolaan sumber daya perikanan air tawar adalah kegiatan yang mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) (United

Nations, 2023), di mana terdapat pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi termasuk pertumbuhan ekonomi skala kecil, yang dapat dilakukan melalui pengembangan sektor pangan dengan memanfaatkan hasil panen ikan lele warga, menciptakan pekerjaan yang layak, dan mempromosikan hasil kewirausahaan ibu rumah tangga serta tanpa kemiskinan dengan mengurangi kemiskinan melalui pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga, dan mendorong mereka untuk dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kualitas hidup (Kamaluddin et al., 2024).

METODE

Bentuk pengabdian masyarakat yang digunakan penulis dalam kegiatan ini dibagi menjadi dua, yaitu Metode Pelatihan dan Penyediaan Peralatan Pengolahan Produk Ikan Lele. Pelatihan ini bertujuan agar kemampuan sumber daya manusia (SDM) ibu rumah tangga yang merupakan anggota mitra Bina Karya Srikandi dapat ditingkatkan. Penyediaan peralatan pengolahan produk ikan lele diharapkan dapat meningkatkan nilai produk, dari awalnya hanya menjual ikan lele segar, produk tersebut dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan olahan lele seperti bakso ikan lele. Dalam pelatihan kami, kami fokus pada 3 hal, yaitu: (1) Meningkatkan kapasitas SDM ibu rumah tangga yang merupakan anggota mitra Bina Karya Srikandi, pelatihan ini mencakup berpikir kritis agar mereka dapat mengidentifikasi potensi wilayah mereka dan memaksimalkan potensi tersebut, karena hanya melalui eksplorasi potensi wilayah mereka, daerah tersebut dapat dikembangkan (Andini et al., 2023), (2) Pelatihan pengolahan produk ikan lele menjadi makanan beku, sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi produk, pelatihan ini mencakup pengolahan daging lele menjadi makanan beku yang terbuat dari lele, seperti bakso lele, lele siap goreng, dan otak-otak lele, (3) Pelatihan pemasaran, ibu rumah tangga dilatih untuk meningkatkan citra merek mereka agar banyak pembeli tertarik dengan produk olahan mereka (Verawati et al., 2024), yang berfokus pada pemasaran melalui media sosial Instagram (Anjainah et al., 2023). Rincian lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. 3 Fokus Dalam Pelatihan

Penyediaan peralatan pengolahan produk ikan lele dilakukan dengan menyediakan 6 alat teknologi yang didanai oleh hibah DRTPM, yaitu: 1) Pemisah Daging Ikan dan Tulang, alat untuk memisahkan daging ikan lele dari tulangnya, 2) Penggiling Daging, alat untuk menggiling daging, 3) Mixer Planetary, alat untuk mencampur adonan, 4) Vacuum Sealer, alat untuk mengeluarkan udara dari kemasan plastik, 5) Mesin Pembuat Bakso Lele, alat untuk membentuk bakso lele, 6) Freezer Peti, alat untuk menyimpan hasil produksi makanan olahan agar lebih tahan lama. Teknologi yang digunakan dalam mendukung produksi makanan beku akan diintegrasikan untuk memastikan mitra dapat mandiri dan operasional tanpa hambatan.



Gambar 3. 6 Alat Teknologi yang Didanai oleh Hibah DRTPM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan mitra Bina Karya Srikandi dilaksanakan di kantor sekretariat mitra yang terletak di RT.005/013 di Kelurahan Duren Jaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Kegiatan dimulai dengan pelatihan berpikir kritis yang bertujuan agar ibu-ibu yang menjadi anggota Bina Karya Srikandi dapat memaksimalkan potensi mereka dan memiliki kreativitas yang bisa mengoptimalkan potensi di wilayah mereka. Anggota Bina Karya Srikandi mengalami kesulitan dalam menganalisis potensi mereka dan bagaimana mengembangkannya agar dapat meningkatkan kondisi ekonomi keluarga dan masyarakat sekitar, karena salah satu masalah yang dihadapi mitra adalah mereka belum mampu memetakan potensi mereka dan belum dapat mengoptimalkan potensi tersebut. Oleh karena itu, pelatihan ini lebih fokus pada pentingnya berpikir kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan potensi yang ada.



Gambar 4. Proses Pelatihan Berpikir Kritis

Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan memberikan pelatihan pengolahan daging ikan lele menjadi makanan beku yang terbuat dari ikan lele, seperti bakso lele, lele siap goreng, dan otak-otak lele. Dalam kegiatan ini kami mendemonstrasikan bagaimana cara mengolah daging ikan lele menjadi berbagai jenis makanan olahan lele, menggunakan peralatan yang telah disediakan oleh tim pelaksana. Dengan pelatihan pengolahan ikan lele ini, kami berharap dapat meningkatkan pendapatan karena kami tidak lagi menjual ikan lele segar, tetapi menjual makanan siap saji dalam kemasan. Proses pelatihan pengolahan ikan lele dimulai dari proses penggilingan ikan lele yang telah dibersihkan menggunakan alat Pemisah Daging Ikan dan Tulang sehingga hasilnya daging ikan lele terpisah dari tulangnya dan siap untuk diproses lebih lanjut. Setelah itu, daging ikan yang telah dipisahkan dimasukkan ke dalam penggiling daging yang berfungsi untuk mencacah daging

ikan sehingga hasilnya menjadi lebih lembut. Setelah itu, daging dicampurkan dengan adonan yang telah disiapkan dan dicampur menggunakan mixer planetary, setelah proses pencampuran selesai, adonan dimasukkan ke dalam mesin pembuat bakso, dalam proses ini ukuran bakso dapat disesuaikan, setelah bakso terbentuk, bakso dikemas dalam kemasan plastik dan disegel menggunakan vacuum sealer agar bakso ikan lele lebih awet, diberi label, dan dimasukkan ke dalam penyimpanan freezer.



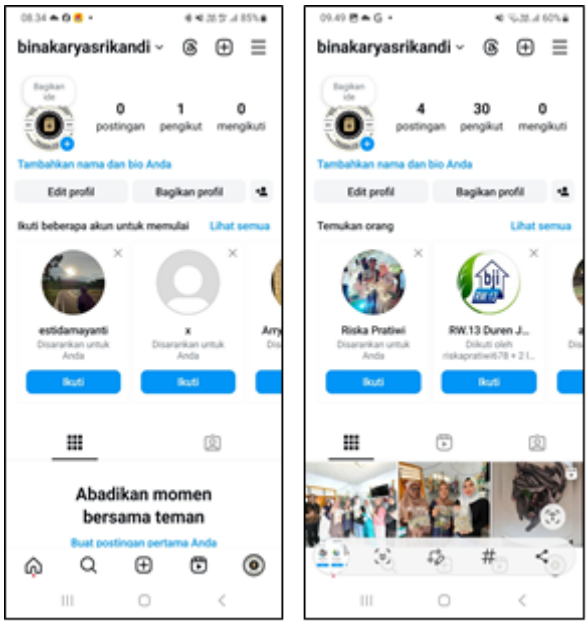
Gambar 5. Proses Pelatihan Produksi

Selain membuat bakso, kami juga memberikan pelatihan untuk mengolah ikan lele menjadi lele siap goreng dalam kemasan dan otak-otak lele, kemudian pelatihan terakhir yang kami berikan adalah pelatihan mengenai pentingnya kemasan dan label produk pada barang yang siap dijual, kami memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara mengemas produk agar lebih tahan lama dan lebih siap untuk dijual serta memiliki nilai tambah dan ada merek yang terpasang pada kemasan sehingga konsumen memiliki kesadaran terhadap produk yang dibuat oleh mitra Bina Karya Srikandi (Anwar et al., 2024).



Gambar 6. Logo Merek Dan Kemasan Produk

Selain kemasan dan logo merek, kami juga memberikan bantuan dalam pembuatan pemasaran media sosial untuk mempermudah mitra dalam mengenalkan Bina Karya Srikandi dan produk-produknya kepada calon pelanggan. Media sosial yang kami bantu dalam proses pembuatannya adalah Instagram. Instagram dipilih karena memiliki eksposur yang tinggi dan diakses oleh banyak pengguna.



Gambar 7. Pemasaran Media Sosial melalui Instagram

Dalam kegiatan ini, kami berusaha meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) ibu rumah tangga yang menjadi anggota mitra Bina Karya Srikandi, pelatihan ini mencakup berpikir kritis agar mereka dapat mengidentifikasi potensi wilayah mereka dan memaksimalkan potensi tersebut (Kancana et al., 2017), karena hanya melalui eksplorasi potensi wilayah mereka, daerah tersebut dapat berkembang (Andini et al., 2023). Hasilnya menunjukkan bahwa Bina Karya Srikandi lebih sadar akan potensi ekonomi di wilayah mereka, hasil ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dipublikasikan oleh Kancana et al. (2017). Selain kapasitas SDM, kami juga berusaha meningkatkan kemampuan mereka dalam pemasaran melalui media sosial dan mengembangkan desain logo (Kariyamin et al., 2023). Tujuan desain logo adalah karena branding visual sangat penting untuk menarik konsumen dan menciptakan pengalaman merek yang konsisten (Juddi et al., 2023). Desain logo membantu membangun reputasi dan kredibilitas merek (Aini et al., 2024). Branding visual, seperti logo, digunakan untuk menyampaikan identitas dan nilai merek (Luffarelli et al., 2019). Kami membantu membangun pemasaran media sosial untuk membantu mereka memasarkan produk dan meningkatkan jumlah penjualan (Puspitasari, 2015) , dan hasilnya menunjukkan bahwa Bina Karya Srikandi lebih sadar akan pentingnya pemasaran digital, pembuatan logo, dan branding visual untuk identitas dan kredibilitas merek mereka. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dipublikasikan oleh Aini et al. (2024) dan Puspitasari (2015).

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan yang fokus pada 3 bidang, yaitu pengembangan SDM mitra, pengembangan produk, dan pengembangan proses pemasaran. Pengembangan yang dilakukan merupakan upaya penulis untuk membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh mitra. Mitra Bina Karya Srikandi merasa senang dan terbantu karena kegiatan ini dapat mengatasi masalah yang mereka hadapi, mulai dari bagaimana memanfaatkan potensi yang mereka miliki, hingga bagaimana mengolahnya menjadi produk bernilai ekonomi dan memasarkan produk mereka. Produk yang dihasilkan seperti bakso ikan, lele siap goreng, dan otak-otak lele memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan menjual ikan segar langsung kepada pembeli. Kepala Bina Karya Srikandi, Ibu Deuis Anggraini, berharap di masa depan mereka akan terus mendapatkan bantuan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam

pelaksanaan kegiatan ini, antara lain: DRTPM, yang telah mempercayakan dana hibah untuk program kami, Fakultas Ekonomi UNKRIS yang telah memberikan dukungan dan bimbingan, Kepala Bina Karya Srikandi, Deuis Anggraini, yang menyambut tim kami dengan tangan terbuka, Ketua RW 13, H. Sutanto Permadi, yang telah memberikan izin kepada tim untuk melaksanakan kegiatan ini, Ketua RT 05, Briant Lesmana, yang telah memberikan izin dan dukungan kepada tim kami.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, N., Sihombing, I. H. H., & Hardini, W. (2024). Destination Logo Design for Lake Aur Branding at Musi Rawas Regency, South Sumatra Province. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(3), 860–870. https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i3.4822

Andini, M. T., Syavira, M. D., Manuhutu, M. G., Paramitra, Y., & Puspitaningtyas, A. (2023). *Identifikasi Proses Budidaya Jagung Pada Desa Babakan Raden Kabupaten Bogor Jawa Barat*. *1*(2), 70–78.

Anjainah, N. 'Azizah L., Mardiyah, J., Najmah, N., Azmi, C. N. A., Alzamora, D. A., & Fauziyah, N. (2023). Community Empowerment of Gunung Anyar Village Through Ecoprinting Training and Introduction to Digital Marketing. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(4), 4337–4342. https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i4.3704

Anwar, M. S., Afiati, L., & Verawati, L. (2024). Brand Creation Training as Product Identity for Fashion Category in Karangayu Market, West Semarang Subdistrict, Semarang City, Central Java. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(3), 1071–1077. https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i3.4881

Febriyanti, E., Khairani, L., & Siti Hajar. (2023). Identification of Potential Local Food Ingredients as a Food Source for Stunting Prevention in Langkat District. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(4), 4352–4358. https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i4.3767

Juddi, M. F., Aprianti, A., & Sudrajat, R. H. (2023). The Digital Skill Improvement Program for Women of the HEPI Bandung Community Members in Using New Media. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(4), 4532–4538. https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i4.3638

Kamaluddin, Lukas Pardosi, & Fransiskus Yulius Dhewa Kadju. (2024). Empowerment of Women Farmer Groups on Oyster Mushroom Cultivation in Fatusene Village, North Central Timor Regency. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(3), 845–850. https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i3.4708

Kancana, S., Lestari, P., & Nurficahyanti, F. (2017). Model Komunikasi Pemasaran untuk Pemberdayaan Perempuan Pada Sektor Informal di Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*, *2*(6), 444. https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i6.94

Kariyamin, Yulianto, R. A. D., Biddinika, M. K., & Yudhana, A. (2023). Society in the Digital Age: Creating a Positive Impact Through Sustainable Digital Marketing Practices. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(4), 4359–4366. https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i4.3770

Kusumaningrum, D. N. (2016). Pengaruh Perspektif Pemberdayaan Perempuan dalam Kebangkitan Ekonomi Lokal: Industri Tempe Sagu di Dusun Mrisi-Yogyakarta. *Insignia Journal of International Relations*, *3*(02), 26. https://doi.org/10.20884/1.ins.2016.3.02.470

Luffarelli, J., Stamatogiannakis, A., & Yang, H. (2019). The Visual Asymmetry Effect: An Interplay of Logo Design and Brand Personality on Brand Equity. *Journal of Marketing Research*, *56*(1), 89–103. https://doi.org/10.1177/0022243718820548

Neni Heryani, Herinawati, & Murdayah. (2023). The Cadre Empowerment and Education for Pregnant Women and Toddler Mothers in Efforts to Prevent Stunting in Sukamaju, Jambi Luar Kota, Muaro Jambi. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(4), 4478–4483. https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i4.4022

Paramitra, Y., Pratiwi, P. V., Purworini, Q. P., & Damanik, R. S. (2023). Socialization of Waste Management in The Village Babakan Raden, Cariu, Bogor. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(3), 4142–4146. https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i3.3599

Puspitasari, D. C. (2015). Modal Sosial Perempuan Dalam Peran Penguatan Ekonomi Keluarga. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, *1*(2), 69. https://doi.org/10.22146/jps.v1i2.23445

Verawati, L., Muhamad Syaeful Anwar, & Lely Afiati. (2024). E-Marketplace-Based Online Sales Training for Traditional Market Sellers in Karangayu, Semarang, in Response to Changes in Consumer Behavior. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(3), 1124–1130. https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i3.4939

Wibowo, I., Indriyani, S. N., Saramitha, N., Alfredo, N., Wigati, N. R., Paramitra, Y., & Rahmawan Tari, D. M. (2023). PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PENYULUHAN PEMBUATAN VIRGIN COCONUT OIL (VCO) DAN DAUN AFRIKA DI DESA BABAKAN RADEN CARIU BOGOR. *SIKAMA : Sinergi Akademisi Dan Masyarakat*, *1*(2), 79–86. https://doi.org/10.61488/sikama.v1i2.9