Pengembangan UMKM Keripik Ikan Lele Berbasis Inovasi Produk, Sertifikasi Legalitas, dan Strategi Pemasaran Di Desa Tangsil Wetan Bondowoso

Ansori[1], Hosaini[2]
[1)] Program Studi Hukum, Universitas Bondowoso
[2)] Program Studi Kependidikan Islam, Universitas Bondowoso
e-mail: aan.8260@gmail.com , hosaini2612@gmail.com

Abstrak
Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tangsil Wetan Village are diverse, ranging from street vendors and street vendors to local product marketers. Most residents are farmers who rely solely on a 3–4-month harvest, while others are freshwater fish farmers (pokdakan). Given this situation, an initiative emerged to incorporate these businesses into the Student Creativity Program (PKM) so that fish farmers like Mr. Muzayyin and his group can further develop. The PKM aims to provide solutions to the still-conventional catfish processing and marketing system by offering innovative, tastier, more varied, and competitive catfish chips. Furthermore, the PKM aims to train production skills, marketing management, and business legality through the creation of NIB (National Business License) and PIRT (Farm Business License), while also strengthening business capital with support from the Village-Owned Enterprise (BumDes). The PKM method was carried out over two months (August–September 2023) and involved eight members. The activity began with an interview with the Head of the Fish Farmers Association, followed by permit processing, material and non-material preparation, and the formation of a coordination team. Following this, training was conducted on catfish chip production, marketing management, and business licensing. The results and discussion demonstrated the farmers' openness in addressing issues and their enthusiasm for participating in discussions. The mentoring improved their understanding of product innovation and online marketing. After the program, the group demonstrated growth potential of up to 80% and began collaborating with other parties. Conclusions and Implications: This PKM not only helps increase the added value of catfish through chip products, but also encourages business independence, expands the market, and creates new job opportunities that support the economy of Tangsil Wetan Village.

Kata kunci: Catfish chips, Innovation development, Labeling, Product Marketing

Abstract
Usaha Kecil Menengah (UKM) di Desa Tangsil Wetan memiliki ragam jenis, mulai dari pedagang kaki lima, asongan, hingga pemasar produk lokal. Sebagian besar masyarakat adalah petani yang hanya mengandalkan hasil panen dalam kurun 3–4 bulan, sementara sebagian lain merupakan pembudidaya ikan (pokdakan) air tawar. Melihat kondisi tersebut, muncul inisiatif memasukkan usaha ini ke dalam Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) agar pembudidaya ikan seperti Bapak Muzayyin dan kelompoknya dapat lebih berkembang. Tujuan PKM adalah memberikan solusi atas sistem pengolahan dan pemasaran lele yang masih konvensional dengan menawarkan inovasi produk kripik lele yang lebih enak, variatif, dan kompetitif. Selain itu, PKM juga bertujuan melatih keterampilan produksi, manajemen pemasaran, serta legalitas usaha melalui pembuatan NIB dan PIRT, sekaligus memperkuat modal usaha dengan dukungan BumDes. Metode PKM dilakukan selama dua bulan (Agustus–September 2023) dengan melibatkan delapan anggota. Kegiatan diawali dengan wawancara bersama Ketua Perkumpulan Pembudidaya Ikan, dilanjutkan pengurusan izin, persiapan material dan nonmaterial, hingga pembentukan tim koordinasi. Setelah itu dilakukan pelatihan pembuatan kripik lele, manajemen pemasaran, dan pembuatan perizinan usaha. Hasil dan Pembahasan menunjukkan adanya keterbukaan pembudidaya dalam menyampaikan permasalahan serta semangat mengikuti diskusi. Pendampingan mampu meningkatkan pemahaman mereka tentang inovasi produk dan pemasaran online. Setelah program, kelompok menunjukkan potensi berkembang hingga 80% serta mulai menjalin kerjasama dengan pihak lain. Kesimpulan dan Implikasi: PKM ini tidak hanya membantu meningkatkan nilai tambah

lele melalui produk kripik, tetapi juga mendorong kemandirian usaha, memperluas pasar, serta membuka peluang kerja baru yang menopang ekonomi Desa Tangsil Wetan.

Keywords: Keripik lele, Pengembangan inovasi, Pelabelan, Pemasaran produk

PENDAHULUAN

Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu wilayah kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Bondowoso terletak di antara 113º48'10"-113º48'26" Bujur Timur (BT) dan 7º50'10"–7º56'41" Lintang Selatan (LS). Luas wilayahnya sekitar 1.560,10 km^2 atau 156,01 Ha (3,26% dari luas wilayah Provinsi Jawa Timur). Keadaan wilayah terdiri atas daratan dan pegunungan dengan struktur pegunungan terdiri atas sebagian lembah Sungai. 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 Kejayan yaitu wirausaha di bidang pembudidayaan ikan lele.

Tangsil Wetan adalah Desa di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Di Desa Tangsil Wetan terdapat pegiat UKM yang bernama Kelompok Pekerja, Beranggotakan sebagian pemuda/i yang berdomisili di RT 1, RT 2, dan RT 3 yang berjumlah 38 orang. Latar belakang pendidikan Kelompok tersebut terdiri dari SMP/SMA dan ekonomi kalangan menengah ke bawah yang sebagian besar merupakan pembudidaya ikan air tawar, seperti Tawes, lele Dumbo, Nila, Mujaer dll. 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 dan tenaga. Kebutuhan masyarakat pada usaha budidaya mengalami peningkatan seiring dengan budidaya ikan lele mengalami peningkatan dan banyak diminati olehmasyarakat.

Turunnya taraf ekonomi di Kabupaten Bodowoso memberikan dampak yang besar hampir di semua lini. Tak terkecuali yang di alami UKM di desa Tangsil Wetan, dengan sektor budidaya ikan lele yang juga mulai sepi order. Bahkan dengan sepinya order, juga berdampak pada harga hasil produksi yang tidak sebanding dengan harga pakan yang terus meningkat. Penurunan penjualan mulai terjadi sejak awal Februari. Dengan kondisi ini, dari 5 Kolam yang dikelola Pegiat budidaya ikan lele dumbo mengaku mengalami penurunan order hingga 50 persen. Dengan kendala turunnya daya beli ini, pasarannya lesu jika dibandingkan sebelumnya. Hasil jualnya pun jauh lebih menurun bila dibandingkan sebelumnya. 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 (*perisable*), 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 memasarkan lele di desa Tangsil Wetan kecamatan Wonosari.

Sistem pemasaran yang digunakan UMKM desa Tangsil Wetan saat ini terbilang sangat konvensional dan hanya mengandalkan pembeli dari perorangan tertentu. 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 prekonomian seluruh anggota UMKM di Desa Tangsil Wetan tersebut.

Permasalahan modal juga menjadi kendala untuk mengembangkan usahanya. Para pegiat UMKM menggunakan modal dari pribadi mendapatkan bantuan modal dari pemerintah ataupun pihak lainnya. Permodalan dalam wirausaha Budidaya ikan lele biasanya mengandalkan modal sendiri, apalagi seperti saat ini, pihak ketiga seperti koperasi ataupun perbankan sangat sulit mengucurkan dana bantuan ataupun pinjaman, meskipun ada namun persyaratan yang harus dilengkapi tidaklah mudah bagi para pegiat budidaya ikan lele tersebut karena terbatasnya SDM terkait admiistrasi dls. 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 para pegiat UMKM di Desa Tangsil Wetan ini, 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 pendampingan dalam kewirausahaan kepada para pegiat UMKM Desa Tangsil Wetan.

Pendampingan yang akan dilaksanakan yaitu efektivitas pembuatan kripik ikan lele dumbo 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 kripik ikan lele lebih kriuk dan tahan lama.

Kripik ikan lele umumnya terbuat dari bahan tulang ikan lele dan bahan campuran lainnya. Ikan dari lele dumbo merupakan salah satu dari banyaknya komoditas perikanan yang cukup populer bagi kalangan masyarakat khususnya di desa Tangsil Wetan. Ikan lele dumbo merupakan jenis ikan yang banyak digunakan sebagai bahan kripik. Ikan lele jenis dumbo ini merupakan jenis ikan untuk konsumsi yang memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan sebagai bahan olahan kripik. (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 khususnya di desa kejayan, sangat berpotensi untuk menjadikan ikan lele sebagai bahan baku olahan kripik (Suryaningrum, Ikasari, Mulya, & Purnomo, 2016).

Dikarenakan potensi ikan lele yang melimpah di Desa Tangsil Wetan, maka akan dicoba membuat varian baru kripik dengan bahan baku tulang ikan lele. Meski terdengar agak aneh, namun citra rasa kripik ikan lele ini patut dicoba dan tidak kalah dengan kripik ikan tengiri, udang atau yang lain. Usaha kripik ikan lele sangat menjanjikan karena mudah dilakukan dan memiliki peluang yang terbuka lebar. Masih sedikit pengusaha memberi perhatian pada peluang usaha kripik ikan lele untuk bersaing pada kripik-kripik ikan lain. Kripik ikan lele bahan dasar ikannya melimpah di Desa Tangsil Wetan, sehinggan produksi kripik berskala besarpun tidak akan kesulitan untuk mendapatkan bahan bakunya. Pada UMKM ini, pembuatan kripik ikan lele bertujuan meningkatkan nilai jual terhadapa hasil budidaya ikan lele dumbo, sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Dengan adanya pusat pengelolaan ikan menjadi kripik ikan lele, diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru, dan menjamin kualitas hasil budidaya ikan lele. Produk kripik ikan lele dumbo juga mempermudah para pegiat UMKM untuk menjualnya dan mengkonsumnsinya. Pendampingan yang dibutuhkan adalah pengembangan produksi, pemberian label kemasan dan cara pemasaran produk kripik 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 dalam olahan, tetapi tiga fungsi yang selalu paling penting bagi proyek pengembangan produk terdiri dari Pemasaran, Perancangan (Desain Label), 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, pelaku usaha 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 dalam 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 kripik ikan lele yang telah diproduksi, nantinya akan timbul permasalahan baru yaitu pembuatan ijin Nomor Induk Berusaha (NIB) dls. Upaya untuk mengatasi permasalahan adalah dengan cara memlakukan pembuatan ijin NIB. Pengurusan ijin ini penting karena sebagai jaminan atau bukti bahwa usaha kripik ikan lele yang dijual memenuhi standar produk pangan yang berlaku. Jika pelaku UKM memiliki ijin NIB, mereka bisa dengan tenang mengedarkan dan memproduksi secara luas dan resmi. Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 5 Tahun 2021 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Nomor Induk Berusaha, NIB atau Nomor Induk berusaha adalah identitas pelaku usaha yang diterbitkan oleh lembaga OSS. Setelah memiliki NIB, maka pelaku usaha bisa mengajukan Izin Usaha dan Izin Komersial atau Operasional sesuai dengan bidang usahanya masing-masing. NIB ini terdiri dari 13 digit angka yang juga merekam tanda tangan elektronik serta dilengkapi dengan pengaman.

Selain itu, NIB bisa digunakan sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Importir (API), dan hak akses kepabeanan. Setelah memiliki NIB, maka pelaku usaha akan terdaftar pula sebagai peserta jaminan sosial kesehatan dan ketenagakerjaan. Masa berlaku dari NIB adalah selama para pelaku usaha menjalankan usahanya. Dalam proses pembuatannya, NIB tidak dipungut biaya apapun. Untuk mendapatkan NIB, setiap pelaku usaha bisa melakukan pendaftaran melalui OSS atau (Online Single Submission) sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. OSS ditujukan untuk semua perusahaan yang akan mengajukan izin usaha di Indonesia, baik itu dalam bentuk perorangan maupun badan usaha, UMKM atau non UMKM.

Sementara upaya untuk mengatasi permasalahan modal adalah memberikan modal kepada pegiat budidaya ikan lele dumbo Desa Tangsil Wetan untuk mengembangkan usahanya. Selama ini pelaku usaha menggunakan dana dari iuran anggotanya untuk menjalankan usaha budidaya ikan lele dan uang pribadi. Para pelaku usaha ini belum pernah mendapatkan bantuan modal dari pemerintah.

Kelompok masyarakat yang akan diujicobakan dalam program kemitraan masyarakat ini sejumlah 8 anggota pegiat budidaya ikan lele Tangsil Wetan. Target setelah pendampingan pembuatan kripik ikan lele, manajemen pemasaran, pembuatan ijin NIB, dan diberikan modal kepada para pelaku usaha Desa Tangsil Wetan dapat diterapkan pada 80% dari peserta program ini.

(*Times New Roman 11*, satu spasi)

METODE

Berdasarkan uraian pada analisis situasi, permasalahan mitra serta solusi dan target luaran, maka program kemitraan masyarakat dan pemerintah desa ini memiliki metode pelaksanaan dengan memberikan pengarahan mengenai pengembangan inovasi dan pemasaran produk kripik berbasis ikan lele pada para pelaku usaha di Desa Tangsil Wetan Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. Program kemitraan masyarakat dan pemerintah desa ini dilakukan melalui observasi (survei) wawancara dengan para PU di Desa Tangsil Wetan, mengurus perijinan kepada pihak-pihak terkait, mempersiapkan material dan nonmaterial yang diperlukan dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat dan PemDes, dan menyiapkan tim koordinasi dalam pelaksanaan program kemitraan dan PemDes. Analisis yang dilaksanakan antara lain pelatihan pembuatan kripik ikan lele kepada PU di Desa Tangsil Wetan, pelatihan manajemen pemasaran, pelatihan cara pembuatan ijin, pemberian modal untuk mengembangkan wirausaha Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dan melakukan pendampingan kepada mereka.

Dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat dan PemDes, peranan mitra dalam hal ini Pegiat Budidaya Ikan Lele di Desa Tangsil Wetan sangat dibutuhkan partisipasinya dalam hal ketertarikan dan minat untuk mengikuti program ini. Pelaksanaan evaluasi setelah berjalannya program kemitraan masyarakat dan PemDes adalah akan dipantau berjalannya Pengembangan

Inovasi dan Pemasaran Produk Kripik Berbasis Ikan Lele pada para pelaku usaha di Desa Tangsil Wetan Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian pada masyarakat telah dilaksanakan dalam waktu kuranglebih satu bulan, dengan peserta pendampingan adalah 10 pelaku usaha baik kecil maupun menengah (UMKM) di Desa Tangsil Wetan. Pendampingan ini dilakukan oleh para dosen pendamping yang ditunaikan dalam wujud penyampaian materi tentang pembuatan kripik ikan lele yang lebih gurih; strategi/manajemen pemasaran kripik ikan lele, labeling, dan hak paten/cara pembuatan ijin NIB.

Hasil dari kegiatan tersebut berjalan dengan lancar, keterbukaan para pelaku usaha Desa Tangsil Wetan menyampaikan permasalahan dan diskusi terkait denganjalan keluar permasalahan diperoleh dengan baik. Saat ini para pelaku usaha Desa Tangsil Wetan mengetahui bagaimana menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk memasarkan dan meningkatkan pemasaran secara online agar kripik ikan lele lebih dikenal dan banyak pembeli. Pembuatan Kripik Ikan Lele membutuhkan bahan-bahan antara lain 500 gram tepung terigu, 500 gram tepung tapioka, 70 gram daging ikan lele, air secukupnya, minyak goreng, wadah bak plastik, 5 siung bawang putih, 1 sendok makan ketumbar, garam secukupnya, daun bawang iris halus, dan 1 sendok makan pengenyal makanan.

Cara membuat kripik ikan lele antara lain: 1. Haluskan bumbu 2. Campurkan bahan menjadi satu dengan tulang ikan lele 3. Biarkan terendam dengan bumbu kurang lebih 10 menit agar bumbu meresap dan rata 4. Angkat dari dandang, kemudian iris sesuai selera dan jabarkan di tampah 5. Keringkan di bawah sinar matahari (jika ingin lebih gurih) 6. Setelah kering, siap digoreng dan disajikan

Inovasi produk kripik lele yang berbahan dasar dari ikan lele telah dibuat oleh pelaku usah desa kejayan. Upaya guna membangun strategi pemasaran yang efektif untuk kripik ikan 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 pengetahuanproduk yang diberikan kepada para pelaku usaha yaitu meliputi kualitas bahan kripik yang dibuat merupakan bahan dasar lele yang masih segar dan memiliki rasa yang enak bila digoreng. Memiliki ukuran diameter kripik yang mudah di konsumsi. Ukuran kemasan juga menjadi perhatian gunamencapai 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 kripik ikan lele karya pelaku usaha desa kejayan 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 Tangsil Wetan. Jarak yang dekat dengan area pembuatan kripik merupakan cara jitu saluran distribusi dikarenakan efektif dan efisien. Setelah melakukan penetrasi pasar disekitar area Tangsil Wetan maka perlu perluasan area ke luar dari Tangsil Wetan. 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 pelaku usaha 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 Tangsil Wetan dan sekitarnya.

Hak paten adalah hak eksklusif investor yang merupakan hak kepemilikan yang diberikan oleh pemerintah bagi individu atas hasil karyanya dalam bidang teghnologi 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: a. Produk dan logo yang sudah dipatenkan tidak boleh ditiru atau dijiplak tanpa izin. b. Tidak boleh dipasarkan atau didistribusikan tanpa izin c. Kalau sudah dipatenkan akan terhindar dari pemalsuan atau penipuan. d. Akan terjaga keasliannya. E. Selalu dipercaya oleh konsumen \Bisa menimbulkan royaliti 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 copy NPWP badan hukum, Foto copy 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 mengetahui respon masyarakat keberatan atau tidak. Jika tahap pengumuman sudah terlewati, maka permohonan hak paten tersebut diterima. Kemudian hak paten itu 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 kripik 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 kripik 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 dipasarakan 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 kripik ikan lele.

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

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

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan luaran yang dicapai, diperoleh simpulan bahwa pengembangan inovasi dan pemasaran produk kripik berbasis ikan lele pada pelaku usaha di Desa Tangsil Wetan Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso berhasil. Pemanfaatan ikan lele untuk pembuatan kripik 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 para pelaku usaha di desa Tangsil Wetan. Saran yang dapat disampaikan adalah perlu dilakukan monitoring pada masing-masing PU di Desa Tangsil Wetan

Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso agar memperkuat pasar sasaran saluran distribusi ke area sekitar Wonosari dan membuka peluang pasar di luar area Wonosari yaitu sekitar Kabupaten Bondowoso.

SARAN

Keberlanjutan pendampingan bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Desa Tangsil Wetan sangat penting untuk menjaga konsistensi perkembangan usaha. Program pendampingan tidak cukup hanya dilakukan dalam jangka pendek, melainkan harus berkesinambungan agar para pelaku usaha mampu mengatasi tantangan yang muncul dan terus berinovasi. Dengan adanya bimbingan yang berkelanjutan, UKM dapat meningkatkan kualitas produksi, manajemen usaha, hingga strategi pemasaran yang lebih efektif.

Selain itu, dukungan teknologi digital juga menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran online memungkinkan produk lokal dikenal lebih luas, tidak hanya di tingkat desa, tetapi juga hingga regional bahkan nasional. Digitalisasi pemasaran akan membantu UKM lebih adaptif menghadapi perkembangan zaman dan meningkatkan daya saing produk.

Pengembangan varian produk juga sangat diperlukan untuk menarik minat konsumen. Dalam konteks olahan lele, misalnya, selain kripik lele dapat dikembangkan produk lain seperti abon lele, nugget lele, atau keripik dengan berbagai rasa. Inovasi varian ini tidak hanya menambah pilihan bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan peluang pasar.

Dengan sinergi antara pendampingan berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital, dan inovasi produk, UKM di Desa Tangsil Wetan memiliki potensi besar untuk tumbuh lebih maju dan berdaya saing tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada berbagai pihak yang telah mendukung terlaksananya Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) di Desa Tangsil Wetan. Pertama, terima kasih kepada Bapak dari Universitas Bondowoso yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi sehingga program ini dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dukungan akademik dan pendampingan yang diberikan menjadi landasan penting bagi keberhasilan program ini.

Kami juga menyampaikan apresiasi yang tinggi kepada Badan Usaha Milik Desa (BumDes) Tangsil Wetan yang telah mendukung penuh dari sisi permodalan maupun fasilitas. Kontribusi ini sangat membantu kelompok masyarakat dalam mengembangkan usaha olahan ikan lele menjadi produk inovatif yang memiliki nilai tambah.

Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada masyarakat Desa Tangsil Wetan, khususnya kelompok pembudidaya ikan, atas keterbukaan, kerjasama, dan partisipasinya selama program berlangsung. Antusiasme masyarakat dalam mengikuti pelatihan dan diskusi menjadi kunci keberhasilan program ini.

Akhirnya, terima kasih kepada seluruh pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga dukungan dan kerjasama ini menjadi amal kebaikan serta membawa manfaat berkelanjutan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa

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. Inovation, 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., Ikasari, 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.