

PEMBERDAYAAN EKONOMI IBU-IBU RUMAH TANGGA DI DESA PETULUAN INDAH LINGSAR MELALUI PENGEMBANGAN MANAJEMEN PEMASARAN HOME INDUSTRI (KERUPUK IKAN)

Akhmad Asyari

Institut Agama Islam Negeri Mataram

Email: asyarismart@yahoo.com

Abstrak: Kunci keberhasilan dalam kegiatan perekonomian dan pada prinsipnya juga bidang lainnya adalah mentalitas dan spirit untuk menggapai kemajuan- kemajuan yang direncanakan. Dalam mengelola perusahaannya seorang pegusaha dituntut untuk memiliki manajemen yang baik agar tidak mengalami kerugian, sebab manajemen yang baik akan sangat berpengaruh terhadap kelancaran tidaknya suatu usaha. Oleh karena itu pengusaha harus mempersiapkan manajemen yang matang sebelum melaksanakan kegiatan ekonominya, Kegiatan ini akan didesain dengan menggunakan metode *participatory action research*. Pendekatan ini mengutamakan pengetahuan dan pengalaman masyarakat sebagai solusi bagi masalah mereka sendiri. Untuk itu dalam proses awal kegiatan ini, fasilitator (tim dosen) mencoba untuk berdialog dengan ibu-ibu rumah tangga kemudian diungkapkan agar masyarakat dapat menganalisis dan menyimpulkan sendiri apa yang telah dilakukan. Selayaknya *participatory action research*, proses identifikasi (*diagnosis*), penyusunan rencana aksi, dan refleksi dilakukan secara bersama dengan masyarakat. Hasil pengabdian ini adalah desain *packaging* dapat membentuk pola loyalitas konsumen dengan cara mempengaruhi psikologis dan emosional. Contohnya melalui warna, keunikan bentuk kemasan, ilustrasi dan layout. Desain kemasan juga sangat berpengaruh terhadap standar perusahaan dalam penetapan harga sebuah produk diluar produksi. Desain *packaging* dapat membuat sebuah produk mempunyai identitas yang membuatnya berbeda diantara produk lainnya sejalan dengan persaingan merk dagang yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Pemberdayaan, Ekonomi Ibu Rumah Tangga Pengembangan, Manajemen Pemasaran, Home Industri (kerupuk ikan)*

PENDAHULUAN

Dalam Islam, prinsip utama dalam kehidupan umat manusia adalah mencari ridha Allah SWT. Yang merupakan Zat Yang Maha Esa, dia adalah satu-satunya Tuhan dan pencipta seluruh Alam semesta, sekaligus pemilik, penguasa serta pemelihara tunggal hidup dan kehidupan seluruh makhluk yang tiada bandingan dan tandingannya, baik di dunia maupun di akhirat.²⁷ Sementara itu manusia merupakan makhluk Allah SWT yang diciptakan dalam bentuk yang paling mulia sesuai dengan hakikat wujud manusia dalam kerangka pengabdian kepada Sang Maha Pencipta, Allah SWT.

²⁷Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, Cet.1, 2004), h. 3.

Sebagaimana kita ketahui bersama, bahwa tujuan pembangunan ekonomi adalah peningkatan standar hidup penduduk negara bersangkutan, yang biasa diukur dengan kenaikan pendapatan riil perkapita. Pendapatan riil perkapita adalah sama dengan pendapatan nasional riil atau output secara keseluruhan yang dihasilkan selama satu tahun dibagi dengan jumlah penduduk seluruhnya. Jadi standar hidup tidak akan dapat dinaikkan kecuali jika output total meningkat dengan lebih cepat dari pada pertumbuhan jumlah penduduk.²⁸

Islam mewajibkan umatnya untuk bekerja mencari nafkah dan menegaskan bahwa aktivitas perekonomian yang dilakukan dengan baik merupakan perbuatan mulia dan menjadi bagian dari kesalehan keagamaan. Islam tidak menghendaki orang suka menganggur melainkan justru memerintahkan untuk membiasakan diri bekerja keras agar bisa mendapatkan harta kekayaan dengan cara-cara yang baik demi kebaikan diri, keluarga dan masyarakat.

Dewasa ini pemahaman atas pesan-pesan syari'at mengenai pentingnya memajukan perekonomian umat perlu dikembangkan dengan sungguh-sungguh agar bisa membawa dampak yang bagus di kalangan masyarakat dan mendorong tumbuhnya kultur dan karakter kewirausahaan (*Entrepreneurship*)..

Kondisi perekonomian masyarakat di desa Petuluan Indah Lingsar dapat dikatakan cukup potensial salah satunya dengan adanya alat produksi kripik ikan yang selama ini dikelola oleh kaum perempuan, khususnya para mantan eks TKW. Namun akhir-akhir ini terjadi kemunduran karena adanya sistem pengelolaan manajemen yang kurang baik ditambah dengan kreativitas yang belum maksimal.²⁹

Sehingga sangat diharapkan dengan adanya Desa Binaan yang akan dilakukan oleh LPM IAIN Mataram nantinya akan dapat memberikan perubahan-perubahan kearah yang lebih baik dan potensi yang ada benar-benar dapat digali dengan maksimal sehingga dapat menjadi salah satu sumber pendapatan yang menjanjikan bagi warga masyarakat yang berada di desa Petuluan Indah Lingsar.

Desa Petuluan Indah Lingsar merupakan desa yang memiliki banyak warna kehidupan. Banyak potensi-potensi yang dapat digali untuk dikembangkan guna

²⁸Irawan, M. Suparmoko, *Ekonomika Pembangunan Edisi Keenam* (Yogyakarta: BPF, 2002), h.83

²⁹ Wawancara dengan Bapak Kepala Desa Petuluan Indah Lingsar Kabupaen Lombok Barat, tanggal 25 Juni 2015

meningkatkan *income* pendapatan keluarga yang lebih signifikan. Profesi masyarakatnya beragam, ada sebagai petani, peternak, wirausaha dan juga sebagai PNS.

Dari data yang diperoleh, sebanyak 1010 KK tergolong miskin. Dan mayoritas yang bekerja tersebut adalah laki-laki. Perempuan ikut menyumbang profesi dibidang perdagangan (sebagai pedagang), dan pertanian (petani dan buruh tani), namun jumlahnya masih jauh dibawah jumlah laki-laki. Sehingga dapat dikatakan, bahwa sebagian besar kalangan perempuan, khususnya ibu-ibu rumah tangga di Desa Petuluan Indah Lingsar, berdasarkan data awal yang kami peroleh, sebagian besarnya tidak bekerja, dan hanya mengurus rumah tangga saja.

Dari wawancara awal yang kami lakukan didapatkan data bahwa, sebagian besar ibu-ibu tidak bekerja bukan karena tidak mau, tetapi karena tidak ada peluang kerja yang cocok buat mereka. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, pendidikan minim, tidak punya modal, dan juga tidak punya keterampilan yang bisa dijual, serta takut meninggalkan rumah dan anak-anak. Dalam kondisi seperti ini, ibu dituntut harus kreatif, sabar, ulet dan tekun dalam mempertahankan ekonomi keluarga. Untuk menopang ekonomi keluarga, sebenarnya banyak cara dan usaha yang bisa dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga salah satunya adalah bergerak dalam home industri seperti dalam pembuatan kripik ikan yang selama ini mereka jalani, yang penting adalah adanya kreatifitas dan kemauan yang tinggi maka semua dapat diraih.

Sebagian ibu-ibu didesa Petuluan Indah Lingsar tidak bekerja padahal kondisi perekonomian keluarga mereka menengah ke bawah. Disisi lain, banyak sekali sumber-sumber hasil alam berupa ikan-ikanan yang mereka hasilkan untuk kemudian diolah menjadi makanan yang bernilai ekonomis. Namun semua itu belum mampu dimanfaatkan secara ekonomis. Bahkan alat berupa mesin yang bisa dijadikan sebagai alat pembuat kripik ikan belum dimanfaatkan secara maksimal bahkan akhir-akhir ini tidak digunakan karena adanya permasalahan dalam sistem pengelolaan manajemennya.

PEMBAHASAN

Pentingnya Kewirausahaan Dalam Hidup

Dalam materinya Irwan Suriadi. M.SI menyampaikan betapa pentingnya kewirausahaan dalam hidup. Untuk itu, ia kemudian menyitir pendapat Peter F. Drucker yang menyatakan bahwa *entrepreneurship* atau kewirausahaan adalah kemampuan dalam menciptakan sesuatu yg baru dan berbeda. Sementara itu menurut Zimmerer, kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Dengan demikian, pada dasarnya, modal berwirausaha itu adalah B I S N I S itu sendiri, yaitu: B = Berbasis Ilmu, I = Inovatif, S = Strategi, N = Niat yg kuat, I = Informasi & teknologi, S = Supel

Adapun cara-cara memperoleh penghasilan itu pada dasarnya adalah bisa dengan menjadi pegawai, pekerja lepas, Pemilik Usaha atau penanam modal (investor). Penjelasannya sebagai berikut; E : PEGAWAI (Employ), S : PEKERJA LEPAS, B : PEMILIK USAHA (Bisnis atau Wirausaha), I : PENANAM MODAL. E : Mempunyai pekerjaan & bekerja untuk orang lain, S : Mendapat penghasilan dg bekerja untuk diri sendiri, B : Memiliki usaha yg menghasilkan uang, I : Mendapatkan penghasilan dari berbagai investasi.

Dengan demikian, maka cara berwirausaha dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut: 1). Memiliki modal & sekaligus sbg pengelola, melalui; Mulai dari bawah, Membeli perusahaan yg sudah ada, Aliansi : waralaba, franchising, Mengembangkan usaha yg sudah ada, 2). Menyetor modal saja, pengelolaan org lain, 3). Hanya menyerahkan modal melalui kepemilikan saham

Adapun jurus ampuh untuk memulai berwirausaha antara lain dengan cara; berani memulai, berani mengambil resiko, penuh perhitungan, memiliki rencana yg jelas, optimis & penuh keyakinan, memaksimalkan otak kanan, manfaatkan/maksimalkan teknologi

Di sisi lain, ada beberapa kelebihan yang dimiliki dengan menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*), yaitu; wirausahawan adalah pahlawan negara karena membantu negara mengurangi penganggura, membuka lapangan kerja bagi orang lain, harga diri dan penghargaan yang tinggi dari masyarakat, penghasilan yang tinggi dan menjanjikan, motivasi untuk maju tinggi, masa depan yang cerah

Sementara itu, ide dalam berusaha bisa dimulai dari; minat/hobi, mode/trend, media elektronik dan cetak, pendidikan/pelatihan, bisnis keluarga, peluang bisnis, pengalaman orang lain

Lebih dari itu, saat ini profesi seorang wirausahawan sangat dihormati dan diakui oleh dunia, bahkan setiap tahun beberapa penghargaan untuk para pengusaha sukses gencar dilakukan, misalnya: *Entrepreneur of the year* yaitu penghargaan kpd pengusaha terbaik setiap tahun, *wirausahawan mandiri, industri and manufacturing entrepreneur* yaitu penghargaan kepada pengusaha yg bergerak dlm bidang otomotif, konsumen dan industry, *service special award for corporate spirit* yaitu penghargaan khusus di bidang perbankan serta keuangan mikro, *young entrepreneur* atau penghargaan kepada pengusaha yg berusia 40 th kebawah

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada srategi pemasaran yang dijalankannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas di bidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu, dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah.

Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Hal tersebut merupakan tanggung jawab besar yang harus dimenangkan oleh suatu perusahaan jika ingin tetap eksis didalam persaingan bisnis. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang dan akan datang. Untuk itu, hal pertama yang harus dilakukan adalah memahami pengertian tentang Pemasaran itu sendiri. Dimana, pada dasarnya kegiatan dan pengertian pemasaran berbeda jika dibandingkan dengankegiatan sejenis seperti kegiatan perdagangan, penjualan dan transaksi yang dilakukan.

Definisi pemasaran yang dikutip dari buku yang berjudul "*Marketing Management Analysis*" karangan dari Philip Kotler menyatakan pengertian pemasaran adalah "Suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya".³⁰ Kemudian pengertian lain pemasaran yang dikutip dari sumber American Marketing Association tahun 1960, menyatakan bahwa pemasaran dapat diartikan sebagai "Pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai". Dalam melakukan kegiatan pemasaran tak jarang suatu perusahaan menghadapi tantangan-tantangan baik dari dalam perusahaan itu sendiri maupun dari perusahaan-perusahaan lain yang ingin berebut pangsa pasar yang lebih besar.

Pada umumnya Pemasaran (*marketing*) merupakan proses penciptaan dan penyampaian barang dan jasa yang diinginkan kepada pelanggan dan meliputi kegiatan yang berkaitan dengan memenangkan dan mempertahankan pelanggan setia. Karena itu, sangat penting pula mengerti, memahami dan menerapkan strategi-strategi jitu dalam menghadapi persaingan pemasaran. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Di samping itu, tujuan strategi pemasaran juga digunakan untuk menjatuhkan lawan, atau menghadapi serangan pesaing yang ada dan yang akan masuk.

Kata strategi sendiri adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.

Analisis "SWOT" terhadap Peluang Bisnis Kerupuk Ikan

Menurut Dirjen Bina Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, sebagaimana disitir oleh, dewasa ini orientasi sektor pertanian telah berubah kepada orientasi pasar.³¹ Perubahan selera konsumen yang makin menuntut atribut produk yang lebih rinci dan lengkap serta adanya selera konsumen akan produk

³⁰ Philippe Kotler, dan Kevin L.K., *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 12.

³¹ Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 37.

olahan, maka motor penggerak sektor pertanian harus berubah dari usaha tani kepada agroindustri. Dalam hal ini, agroindustri harus menjadi lokomotif dan sekaligus penentu kegiatan sub sektor usaha tani dan selanjutnya akan menentukan sub sektor agribisnis hulu.

Sebagai motor penggerak pembangunan pertanian di Indonesia, upaya pengembangan agroindustri sangat penting dilaksanakan. Hal ini mencakup beberapa tujuan, yaitu: (a) menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (c) menciptakan nilai tambah dan (d) menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000). Sektor industri, terutama industri pengolahan hasil pertanian merupakan sektor yang memberikan nilai tambah pada produk pertanian primer. Secara nasional sektor industri kecil adalah penyerap tenaga kerja terbesar berdasarkan skala usaha dibandingkan dengan sektor industri menengah dan besar yaitu sebesar 78.994.872 orang tenaga kerja pada tahun 2008 dan 80.933.384 orang tenaga kerja pada tahun 2009 .

Kerupuk ikan adalah salah satu bentuk produk industri yang mengolah ikan dan sayur segar menjadi kerupuk. Kerupuk merupakan makanan ringan yang sangat digemari oleh masyarakat, karena mengingat rasanya yang nikmat dan gurih. Keberadaan usaha kecil sangat berpengaruh dalam meningkatkan ekonomi masyarakat lokal, karena dapat menyerap tenaga kerja, memberikan nilai tambah pada ikan-ikanan dan dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemilik usaha kecil tersebut.

Kerupuk ikan adalah produk olahan ikan yang diproses dengan penggoreng vakum, sehingga bahan (daging ikan) yang digoreng renyah dan berwarna cerah. Kondisi ini tidak dapat diperoleh dengan penggorengan biasa. Selain itu kerupuk ikan (nangka, nanas, pisang, apel, salak dan lain sebagainya) juga memiliki kandungan gizi yang sangat baik untuk kesehatan.

Investasi dalam industri pengolahan mempunyai beberapa tujuan, tetapi yang menjadi tujuan utama adalah untuk mencapai laba yang maksimum guna kelangsungan dan peningkatan kualitas hidupnya dari sisi ekonomi. Laba yang maksimum akan dapat diwujudkan apabila *Home Industry* mampu menekan biaya

produksi dan operasi serendah mungkin, menentukan harga jual sedemikian rupa, dan meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.³²

Dewasa ini, perkembangan bisnis usaha makanan merupakan salah satu bisnis yang sangat diminati oleh masyarakat, karena makanan sebagai kebutuhan untuk kelangsungan hidup yang akan terus dicari. Apalagi makanan yang akan kita sajikan adalah makanan yang sehat dan diminati banyak orang.

Indonesia sendiri adalah negara yang kaya sumber daya alam. Beragam jenis ikan-ikanan tropis dapat ditemukan hampir merata di seluruh pelosok negeri. Banyak sekali ragam jenis dan varietas unggul ikan-ikan asli Indonesia yang memiliki prospek cerah untuk diolah dan dikembangkan menjadi komoditas yang berdaya saing tinggi dan menjadi primadona ekspor komoditas pertanian. Sebagaimana telah disinggung di atas, bahwa salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah ikan-ikanan asli Indonesia adalah pengolahan ikanikan segar menjadi aneka kerupuk ikan yang alami dan bernutrisi tinggi menggunakan mesin *vacuum frying*.

Untuk peluang bisnis, pemasaran Kerupuk ikan ini bisa dilakukan dengan online, dan juga penjualan langsung misalnya lewat toko atau menjajakan pada para pembeli. Bicara soal peluang pasti selalu berkaitan dengan ancaman pada usaha.

Sementara itu, jika dianalisis dari perspektif analisis SWOT, peluang bisnis kerupuk ikan, khususnya di Desa Petuluan Indah, Lingsar, Kabupaten Lombok Barat sangat prospektif. Analisis SWOT sendiri merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.³³

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya

³² Subroto B., *Pemasaran Industri: Business to Business Marketing*, (Yogyakarta: ANDI Publisher, 2011), h. 22.

³³Rangkuti, *Analisis SWOT...*, h. 38.

dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan seikan ancaman baru.³⁴

Dari sisi Kekuatan (*Strength*), maka Indonesia pada umumnya dan Desa Petuluan Indah, Lingsar memiliki keanekaragaman jenis, bentuk, rasa, aroma ikan-ikanan yang cukup tinggi. Ikan-ikanan yang berpotensi tinggi antara lain: nangka, salak, rambutan, nanas, mangga, pepaya, pisang, melon, dan lain-lain. Ikan-ikanan dan sayuran mudah tumbuh di bumi Indonesia dan ketersediaanya cukup merata di seluruh daerah, termasuk di Desa Petuluan Indah, Lingsar. Potensi pasar pun cukup menggiurkan untuk memasarkan produk kerupuk ikan melalui media internet.

Namun demikian, bisnis kerupuk ikan memiliki kelemahan, dimana masyarakat pada umumnya dan masyarakat Desa Petuluan Indah, Lingsar pada khususnya memiliki anggapan bahwa proses pengolahan ikan-ikanan menjadi bernilai tinggi adalah suatu hal yang rumit, prosesnya panjang dan lama dan harus memiliki keahlian atau *skill* tertentu. Pada umumnya petani atau pedagang menjual ikan tanpa memberikan nilai tambah, sehingga kalah bersaing dengan ikan dan sayuran impor yang terkadang harganya jauh lebih murah. Ikan tertentu memiliki tingkat kebusukan yang cepat sehingga proses pengolahan harus tepat waktu agar menjaga ikan segar dan kripik ikan mempunyai kualitas tinggi.

Akan tetapi, kini dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin canggih, peluang bisniskerupuk ikan tetap menjanjikan. Sebab, pada dasarnya, komoditas ikan-ikanan mudah diolah menjadi beragam produk seperti kerupuk, dodol, jenang, manisan, asinan, selai (*fruit jam*), dan lain-lain. Kini, telah ditemukan seikan produk inovatif dan teknologi tepat guna yang siap mendukung kesuksesan bisnis kerupuk ikan dan sayuran dengan nilai investasi yang lebih terjangkau yaitu mesin Vacuum Frying. Akses informasi dan transportasi yang semakin mudah

³⁴ *Ibid.*

dan murah memberikan peluang bagi lahirnya bisnis dengan ciri khas kedaerahan. Contohnya bisnis oleh-oleh khas daerah yang paling terkenal misalnya kerupuk apel asal Malang. Pun demikian dengan masyarakat Desa Petuluan Indah Lingsar bisa membuat dan memperkenalkan sendiri oleh-oleh khas Petuluan Indah Lingsar dengan memanfaatkan teknologi yang sama untuk bisnis kerupuk ikan yang merupakan hasil alam Desa Petuluan Indah Lingsar Kabupaten Lombok Barat.

Sedangkan, ancaman yang ada masih merupakan "ancaman" yang biasa terjadi pada semua usaha yaitu harga ikan yang naik atau tidak stabil bisa membingungkan untuk menentukan harga. Selain itu, banyaknya pesaing bisnis kerupuk ikan sehingga kita harus memproduksi kerupuk ikan dengan kualitas tinggi untuk menarik konsumen.

Analisa Bisnis Kerupuk Ikan dari Berbagai Aspek: Aspek Produk, Produksi, Keuangan dan Sosial Ekonomi

1. Aspek Produk

a. Analisis Produk yang Dihasilkan

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.³⁵ Pada bagian ini menjelaskan keseluruhan produk yang dihasilkan. Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha industri pengolahan adalah:

1) Dimensi Produk

Dimensi produk berkenaan dengan sifat dan ciri-ciri produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna serta fungsinya. Produk yang berbahan baku ikan ini disajikan dalam bentuk kerupuk yang disediakan dengan berbagai varian rasa dan harga. Contoh berbagai macam produk kerupuk ikan yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Petuluan Indah misalnya: Kerupuk ikan, naget ikan, dan lain-lain.

³⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), h. 8.

2) Nilai/Manfaat Produk

Produk kerupuk ikan yang ditawarkan memiliki manfaat yang positif bagi kesehatan konsumen yang merupakan manfaat inti dari produk kerupuk ikan. Ikan yang diolah memiliki banyak kandungan gizi yang bermanfaat. Produk kerupuk ikan juga memiliki Potential Benefit (manfaat potensial) seperti menjaga lingkungan dan memperdulikan kesehatan pelanggan.

3) Kegunaan/Fungsi Produk

Produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir). Kerupuk ikan merupakan produk yang dapat dinikmati dengan berbagai pilihan rasa dan harga. Selain itu kandungan gizi kerupuk ikan yang diproses dengan alat yang baik, karena diproses dengan menggunakan metode yang baik.

b. Keunggulan Produk yang dihasilkan

Keunggulan kompetitif produk ini antara lain; rasa yang sangat renyah dan gurih, kemasan yang ramah lingkungan, kesegaran dari ikan yang masih terasa, harga terjangkau dan sesuai dengan kantong konsumen.

c. Target Pasar atau Segmen Pasar yang Dituju

Target pasar adalah sekelompok pembeli yang mempunyai sifat-sifat yang sama yang membuat pasar itu berdiri sendiri. Adanya sekelompok orang dengan ciri-ciri yang sama belumlah berarti mereka membentuk pasar sasaran. Hanya bila mereka mempunyai ciri-ciri yang sama sebagai pembeli, maka barulah berarti mereka membentuk suatu pasar sasaran.³⁶

Dalam suatu *Home Industry* pasti akan memiliki target atau segmentasi pasar yang dituju untuk mengembangkan usaha yang diproduksi oleh *Home Industry*. Target pasar memberikan prospek yang bagus dimana pemilik usaha dapat memasarkan produk kerupuk ikan ke kota misalnya bandara, pasar bawah, dan minimarket serta dirumah produksinya sendiri yaitu di Desa Petuluan Indah Lingsar Lombok Barat. Disini pemilik usaha juga memiliki target atau segmen pasar yang dituju yaitu penduduk Kabupaten Lombok Barat dan sekitarnya. Dalam segmentasi pasar, usaha ini tidak

³⁶Ashari S., *Meningkatkan Keunggulan Berikanan Tropis Indonesia*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), h. 64.

mengelompokkan siapa yang menjadi konsumen akan produk yang dihasilkan. *Home Industry* yakin dengan target atau segmentasi pasar yang dituju akan membuat usaha ini menjadi lebih berkembang karena melihat dari usaha yang menjanjikan dan demografi yang sangat baik untuk usaha ini

2. Aspek Produksi³⁷

- a. Bahan. Bahan yang dapat digunakan setiap membuat kerupuk pada dasarnya semua ikan yang kadar padatnya tinggi dengan tekstur tidak terlalu lembek tidak terlalu matang.
- b. Alat³⁸. Alat yang digunakan setiap membuat kerupuk ikan adalah Alat penggoreng hampa (Vacuum Frier) sistem water jet secara fungsional dirancang terdiri dari pompa tabung penggoreng, kondensor yang dilengkapi, pendingin, unit pemanas, dan pengendali operasi.

c. Proses Pengolahan³⁹

Pengolahan ikan segar menjadi kerupuk ikan sangat sederhana, karena pada dasarnya hanya merupakan proses penguapan air dan bagian ikan yang dapat dimakan. Namun demikian, untuk menjaga agar rasa dan aroma khas ikan tidak berubah dan kripi menjadi renyah maka proses penguapan air harus dilakukan dengan cara menggoreng ikan menggunakan penggoreng bertekanan rendah/vakum/hampa.

Secara garis besar pengolahan berbagai macam ikan segar menjadi kripi mengikuti urutan-urutan sebagai berikut:

- 1) Pemilihan ikan segar. Pilihlah ikan segar yang matang paha dan tidak terlalu lunak, bentuknya relatif sama, bebas hama dan penyakit serta kerusakan lain seperti memar atau busuk.
- 2) Menghilangkan bagian-bagian yang tidak terpakai. Tahap ini terdiri pengupasan kulit menggunakan pisau anti karat (stainless steel) yang tajam atau dikupas seperti biasa dengan tangan sekaligus dihilangkan kulit arinya.

³⁷ *Ibid.*, h. 18-23.

³⁸ Anonim, *Mesin Produksi Kerupuk Ikan*. <http://www.vacuumfrying.com>. Diakses pada 25 November 2016

³⁹ *Ibid.*,

- 3) Pengirisan. Pekerjaan pengirisan dilakukan dengan pisau dapur anti karat di atas alas (talenan kayu). Bentuk irisan sesuai dengan keinginan tetapi harus diusahakan menjadi bentuk yang menarik. Besar irisan sebaiknya diatur agar habis dengan satu sampai dua kali gigitan.
- 4) Pencucian. Pencucian daging ikan yang sudah diiris dengan air bersih yang mengalir dimaksudkan setiap menghilangkan kotoran-kotoran yang masih melekat maupun tercampur pada daging ikan selama pengupasan dan pengirisan.
- 5) Penirisan. Penirisan dimaksudkan setiap menghilangkan air bahan cucian yang melekat pada bahan agar proses penggorengan menjadi lebih cepat. Penirisan dapat dilakukan dengan alat pemutar selama 0,5-1 menit.
- 6) Panggorenga. Tahap penggorengan meliputi langkah-langkah:
 - a) Siapkan alat penggoreng sistem hampa (vakum), lalu tuangkan minyak ke dalam tabung penggorengan.
 - b) Set pengontrol suhu pada kisaran 75-840 C.
 - c) Hidupkan kompor dan biarkan hingga suhu pada pengontrol stabil
 - d) Masukkan irisan ikan segar sebanyak 5 kg keranjang bahan yang berada dalam tabung penggoreng, kemudian tabung ditutup rapat.
 - e) Hidupkan pompa sampai tekanan mencapai 0,6 atmosfer, masukan bahan dalam keranjang penggorengan.
 - f) Aduk bahan yang digoreng setiap 10 menit.
 - g) Bila sudah tidak bergelembung proses penggorengan selesai. (Setiap satu kali goreng membutuhkan waktu 50 – 75 menit).
 - h) Matikan pompa, tekanan dikembalikan pada kondisi normal (1 atm) lalu keluarkan kerupuk.
 - i) Masukkan kerupuk ke alat pemutar/sentrifus untuk menghilangkan sisa-sisa minyak.
 - j) Jika minyak sudah benar-benar hilang, masukan kerupuk ke dalam kemasan (kantong plastik polipropilen (pp) tebal 12 mikron atau dengan alumunium foil.

3. Aspek Keuangan/Investasi

a. Modal Investasi (Asumsi)

- Asumsi 1 hari kerja adalah 8 jam dan waktu produksi 5 kg kripik nanas adalah 2 jam.
- 1 bulan (25 hari). 24 kg nanas = 5 kg kerupuk nanas
- Penyusutan mesin vacuum fryer 5 tahun,
- Penyusutan perekat elektrik 2 tahun
- Penyusutan peralatan 1 tahun
- Kerupuk yang diproduksi kerupuk ikan

4. Aspek Sosial Ekonomi; mengurangi angka pengangguran, memotivasi untuk membuka usaha baru, membantu masyarakat memenuhi kebutuhan makanan, menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar desa petuluhan indah, lingsar, kabupaten lombok barat.

Analisis Manajemen Pemasaran Kerupuk Ikan di Desa Petuluhan Indah Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Secara umum ada tiga bentuk bisnis yang biasa dijalankan, yaitu bisnis jasa, bisnis pemasaran atau *retail*, dan bisnis produksi atau *manufacturing*.⁴⁰ Dalam bisnis kerupuk ikan, ada dua alternatif dalam menjalankannya yaitu, bisnis pemasaran atau *retail* kerupuk ikan dan bisnis produksi kerupuk ikan.⁴¹ Kedua jenis bisnis tersebut memiliki peluang untuk sukses jika dijalankan dengan baik dan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh kita sebagai pelaku bisnis. Oleh karena itu, sebelum kita memutuskan untuk terjun ke dalam dunia bisnis kerupuk ikan, kita perlu mengetahui dulu gambaran dari tiap bentuk bisnis serta potensi-potensi yang kita miliki. Selanjutnya kita analisis dan pertimbangkan bentuk bisnis mana yang tepat untuk kita jalankan. Berikut kami sampaikan beberapa analisis dan gambaran dari masing-masing bentuk bisnis kerupuk ikan.

Model bisnis **Pemasaran Kerupuk Ikan** ini lebih sesuai untuk pelaku bisnis yang baru memulai bisnis kerupuk ikan, karena investasi yang dibutuhkan tidak terlalu besar. Kita hanya membutuhkan sarana atau media untuk memasarkan

⁴⁰Ibrahim, dkk, *Strategi Pembangunan Pertanian*, (Yogyakarta: LABPERTA Pustaka Utama, 2003), h. 58.

⁴¹ Raden Rukmana, *Komoditas Unggulan dan Prospek Agribisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2002), h. 72.

produk-produk kita, bisa berupa toko offline atau toko online (social media, website, dll), maupun menawarkan ke tempat relasi dan jaringan yang kita miliki. Selain itu, kita juga perlu menjalin kerjasama dengan produsen kerupuk ikan sebagai supplier produk yang sudah berpengalaman dan menghasilkan stok produk yang berkelanjutan. Hal ini penting dilakukan agar permintaan pasar dapat selalu terpenuhi, sehingga akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Hal terakhir yang perlu kita perhatikan adalah tepat dalam penentuan harga jual. Harga yang kita tawarkan harus kompetitif sesuai dengan harga pasaran *end user*, oleh karena itu kita perlu memiliki nilai tambah yang membedakan dengan produk yang sama dari para *retailer* lain. Perbedaan tersebut bisa dari cara pelayanan yang bersahabat (*friendly*) kepada konsumen atau melalui inovasi produk dan kemasan sehingga menarik minat konsumen. Dengan demikian, bisnis pemasaran (*retail*) kerupuk ikan akan terus berkembang dan tidak menutup kemungkinan untuk meningkat hingga menjadi produsen kerupuk ikan sendiri.

Selanjutnya, bisnis **Produksi Kerupuk Ikan**. Tanpa bermaksud mengulang penjelasan pada bagian analisa sebelumnya, maksud pemaparan kembali proses produksi kerupuk ikan pada bagian ini sebagai salah satu model bisnis selain retail (pemasaran) kerupuk ikan di atas. Model bisnis yang kedua ini (proses produksi kerupuk) memerlukan beberapa hal agar dapat berjalan, mulai dari sarana dan prasarana produksi, ketersediaan SDM, bahan baku, kemampuan produksi dan *packaging*, serta kemampuan pemasaran. Meskipun terlihat kompleks, namun jika dapat dijalankan dengan baik maka akan menghasilkan keuntungan yang berlipat tidak hanya bagi pribadi, tetapi juga orang lain karena dapat memberdayakan masyarakat untuk berkarya.

Sebagaimana yang telah ditegaskan sebelumnya, pada **Tahap Pengadaan Bahan Baku dan Pengudangan**, kita perlu mengenal musim ikan-ikanan yang bisa dijadikan bahan kerupuk ikan, karena terdapat ikan musiman yang mempengaruhi fluktuasi harga ikan. Kedua, kita juga perlu mengetahui tempat asal ikan sehingga dapat mengakses ikan yang berkualitas bagus dengan harga yang kompetitif. Terakhir kita perlu memilih ikan yang menghasilkan sedikit limbah, kecuali limbah yang dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai jual. Bahan baku yang sudah dibeli harus disimpan di tempat yang tepat, karena dapat mempengaruhi kualitas ikan dan keberlanjutan ketersediaan bahan baku. Tempat atau gudang

penyimpanan harus memenuhi syarat, baik dari temperatur penyimpanan, penataan bahan baku, dan lain-lain.

Selanjutnya, Tahap Produksi (pengupasan, perajangan, penggorengan ikan dan *quality control*). Produksi kerupuk ikan membutuhkan jumlah ikan yang cukup banyak, sehingga kita perlu mempertimbangkan sarana dan prasarana produksi yang mendukung. Sarana berupa tempat yang representatif (dapat mengelola bau dan limbah ikan yang diproduksi), berikut prasarananya (alat perajang, alat penggoreng vakum, spinner, dll). Proses penggorengan harus dilakukan dengan tepat sesuai dengan karakteristik bahan yang digoreng. Selanjutnya adalah proses *quality control* terhadap produk yang dihasilkan, dari segi kehygienisan dalam tiap tahapan proses, kehalalan produk, dan kualitas produk yang dihasilkan.

Setelah kedua tahapan di atas dilakukan, barulah kemudian berlanjut pada tahap **Pengemasan dan Pemasaran. Kerupuk** ikan yang dihasilkan perlu dikemas menggunakan mesin pengemas. Jika produk dipasarkan langsung ke *end user* atau toko yang kita miliki, maka diperlukan label atau brand sebagai identitas (dengan menyertakan syarat-syarat pelabelan yang dianjurkan pemerintah). Jika akan dijual ke retailer, maka kemasan bisa dijual tanpa label atau brand, tentunya dengan jaminan kualitas produk yang baik. Selain hal di atas, kita juga perlu menyiapkan SDM yang tepat untuk menempati tiap tahap produksi. Agar lebih lengkap, kita sebagai owner harus memahami dengan baik manajemen sistem produksi, manajemen SDM, keuangan, dan pemasaran.

Dengan perencanaan yang matang dan perpaduan potensi yang tepat, bisnis produksi kerupuk ikan akan dapat dijalankan secara profesional dan menghasilkan produk yang berkualitas.

Pada tahap pemasaran inilah dibutuhkan keahlian khusus dalam memasarkan produk kerupuk ikan supaya dikenal dan masyarakat mau membeli produk kita. Salah satu kunci sukses dalam penjualan suatu produk adalah kemasan yang menarik, baik dari segi bentuk maupun desain label. Kemasan merupakan wadah atau sarana pembungkus yang mempunyai fungsi ganda. Selain dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan pada saat pendistribusian barang, juga sangat berperan dalam menentukan keputusan konsumen untuk melihat atau bahkan membeli produk tersebut. Di sisi inilah kreativitas pelaku usaha untuk

membuat bentuk dan desain kemasan yang unik, ergonomis, dan tetap memenuhi fungsi utamanya sebagai pelindung produk dari kerusakan.

Bahan kemas baik bahan logam, maupun bahan lain seperti bermacam-macam plastik, gelas, kertas dan karton seharusnya mempunyai 6 fungsi utama berikut ini:⁴² Menjaga produk bahan pangan tetap bersih dan merupakan pelindung terhadap kotoran dan kontaminasi lain. Melindungi makanan terhadap kerusakan fisik, perubahan kadar air dan penyinaran (cahaya). Mempunyai fungsi yang baik, efisiensi dan ekonomis khususnya selama proses penempatan makanan ke dalam wadah kemasan. Mempunyai kemudahan dalam membuka atau menutup dan juga memudahkan dalam tahap penanganan, pengangkutan, dan distribusi. Mempunyai ukuran, bentuk dan bobot yang sesuai dengan norma atau standar yang ada, mudah dibuang dan mudah dibentuk atau dicetak. Menampilkan identifikasi, informasi, dan penampilan yang jelas agar dapat membantu promosi atau penjualan.

Khusus untuk produk kerupuk ikan, kemasan harus dapat mempertahankan kerenyahan kerupuk dalam waktu yang cukup lama. Kemasan kerupuk ikan biasanya dari bahan *food grade* yang terbuat dari plastik, alumunium foil, atau kombinasi kertas dengan alumunium foil yang tertutup rapat. Jika menggunakan kemasan dengan bahan plastik PE, produk kerupuk memiliki umur simpan selama 3 bulan. Sedangkan kemasan dengan bahan aluminium foil, produk kerupuk memiliki umur simpan selama 9 bulan. Selain mempengaruhi lama umur simpan suatu produk, pemilihan bahan kemasan juga akan berdampak pada meningkatnya biaya produksi dan harga jual.

Setelah memilih bahan kemasan, selanjutnya perlu menentukan bentuk kemasan dan desain label agar terlihat unik dan menarik serta meningkatkan nilai promosi dan branding. Dari segi bisnis, kemasan produk kerupuk dengan inovasi bentuk dan desain akan meningkatkan keuntungan bagi produsen karena harga jual lebih tinggi dari kerupuk dengan kemasan berbentuk biasa dalam ukuran yang sama. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa paling tidakkurang lebih ada tiga alasan utama mengapa desain kemasan penting dalam pemasaran kerupuk ikan atau produk yang lain yaitu:

⁴²Bashu Swatha, *Asas-asas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty,1993), h. 9.

1. Desain *packaging* dapat membentuk pola loyalitas konsumen dengan cara mempengaruhi psikologis dan emosional. Contohnya melalui warna, keunikan bentuk kemasan, ilustrasi dan layout.
2. Desain kemasan juga sangat berpengaruh terhadap standar perusahaan dalam penetapan harga seikan produk diluar produksi.
3. Desain *packaging* dapat membuat seikan produk mempunyai identitas yang membuatnya berbeda diantara produk lainnya sejalan dengan persaingan merk dagang yang semakin kompetitif.

PENUTUP

Berdasarkan pelaksanaan dan penyampaian analisis pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa paling tidak kurang lebih ada tiga alasan utama mengapa desain kemasan penting dalam manajemen pemasaran harus kerupuk ikan yang merupakan usaha ibu-ibu rumah tangga di Desa Petuluan Indah Lingsar, yaitu; Desain *packaging* dapat membentuk pola loyalitas konsumen dengan cara mempengaruhi psikologis dan emosional. Contohnya melalui warna, keunikan bentuk kemasan, ilustrasi dan layout. Desain kemasan juga sangat berpengaruh terhadap standar perusahaan dalam penetapan harga sebuah produk diluar produksi. Desain *packaging* dapat membuat sebuah produk mempunyai identitas yang membuatnya berbeda diantara produk lainnya sejalan dengan persaingan merk dagang yang semakin kompetitif.

Ada beberapa saran yang dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan dan pengembangan usaha kerupuk ikan di Desa Petuluan Indah Lingsar, yaitu; Usaha kerupuk ikan merupakan bisnis baru yang ditunggu pasar. Oleh karena itu, ibu-ibu rumah tangga di Desa Petuluan Indah Lingsar tidak perlu cemas dan takut memulai bisnis kerupuk ikan ini, Perlunya *networking* yang luas dalam rangka memperluas jaringan pemasaran kerupuk ikan, Perhatian pemerintah daerah setempat seharusnya lebih agresif dan kreatif dalam memberikan dukungan baik moril maupun materiil.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *Mesin Produksi Kerupuk Ikan*. <http://www.vacuumfrying.com>. Diakses pada 25 November 2016
- B., Subroto *Pemasaran Industri: Business to Business Marketing*, Yogyakarta: ANDI Publisher, 2011.
- D., Sunyoto *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus*, Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2012.
- Ibrahim, dkk, *Strategi Pembangunan Pertanian*, Yogyakarta: LABPERTA Pustaka Utama, 2003.
- Karim, Adiwarmanto Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, Cet.1, 2004.
- Kotler, Philip dan Kevin L.K., *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- M.T., Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Rangkuti, *AnalisisSWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rukmana, Raden, *Komoditas Unggulan dan Prospek Agribisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 2002.
- S., Ashari, *Meningkatkan Keunggulan Berikanan Tropis Indonesia*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.
- Soekartawi, *Agribisnis Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali press, 2006.
- Soekartawi, *Pengantar Teori Agroindustri*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.
- Suparmoko, Irawan, M., *Ekonomika Pembangunan Edisi Keenam*, Yogyakarta: BPF, 2002 .
- Swatha, Bashu, *Asas-asas Marketing*, Yogyakarta: Liberty,1993.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997.