



PENINGKATAN NILAI TAMBAH PRODUK PERIKANAN MELALUI VARIASI OLAHAN DAN BRANDING PRODUK DI DESA SURODADI, KABUPATEN TEGAL

Sri Mulyani^{1,*}, Ike Desi Florina², Hendrayana³

¹ Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

² Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

³ Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

*Corresponding author: mdsrimulyani@gmail.com

Received 2 Oktober 2019; Accepted 20 December 2019; Available online 26 December 2019

Abstrak

Kegiatan usaha olahan ikan di Suradadi pada dasarnya sudah berkembang dengan baik. Produk olahan ikan yang berkembang meliputi pengolahan terasi, krupuk, ikan asin dan ikan asap hingga terdapat perusahaan pengolah rajungan dan ikan teri. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk perikanan dengan pendekatan variasi olahan produk dan branding image. Metode pelaksanaan dilakukan melalui 3 tahap yaitu persiapan dan pembekalan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi pelaksanaan kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Peningkatan nilai tambah produk perikanan dapat ditingkatkan melalui variasi olahan produk dan branding produk. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pesanan produk olahan melalui media online instagram, facebook dan WhatsApp.

Kata kunci : KKN PPM, Variasi pengolahan Ikan, Branding Produk, Suradadi

Abstract

The processed fish business activities in Suradadi are basically well developed. The processed fish products being develop are shrimp paste, fish crackers, salted fish and smoked fish then there are crab and anchovy processing companies. This activity aims to increase the added value of fishery products by approaching variations in processed products and image branding. The implementation method is carried out through 3 steps, (1) preparation and briefing, (2) implementation of activities and (3) evaluation of the implementation of activities. The results of the activities show that the increase in added value of fishery products can be increased through variations in processed and branding product. This can be seen from the increase in orders for processed products through online media Instagram , Facebook and WhatsApp.

Keywords: KKN PPM, processing fish variations, branding product, Suradadi

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Tegal memiliki peran strategis sebagai sentra produksi perikanan di wilayah Pantura Barat. Salah satu wilayah yang menjadi pusat kegiatan tersebut adalah wilayah Suradadi. Wilayah ini memiliki pelabuhan perikanan dan sentra industri perikanan. Hal ini dapat dilihat dari keberadaan sejumlah industri rumah tangga bidang pengolahan hasil perikanan. Kegiatan pengolahan yang dilakukan seperti pembuatan ikan asin, ikan asap, terasi dan kerupuk ikan.

Perkembangan industri ini tidak dapat dilepaskan dari berbagai masalah seperti bahan baku, pemasaran dan teknologi. Menurut Slamet Riyadi masalah yang dihadapi dalam kegiatan ini meliputi (1) kualitas produk olahan masih kurang baik; (2) belum ada kesesuaian antara kualitas produk dengan nilai atau harga produk; (3) kekurangan bahan baku produksi; (4) teknologi yang digunakan masih sederhana; (5) pemasaran masih dihadapkan pada beberapa masalah seperti kesulitan pemasaran dan harga beli tengkulak rendah; dan (6) masih banyak kegiatan usaha olahan yang belum memiliki izin usaha. Meskipun demikian, keberadaan industri rumah tangga ini memiliki peluang yang bagus dalam pasar. Hal ini ditunjukkan dengan eksistensi industri tersebut yang tetap bertahan dan berkembang hingga saat ini.

Pengembangan industri ini dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa pendekatan diantaranya dengan pendekatan teknologi pengolahan dan pemasaran produk perikanan. Pendekatan teknologi dapat dilakukan melalui variasi olahan produk perikanan guna meningkatkan nilai produk perikanan. Peningkatan pemasaran dapat ditingkatkan melalui *branding image* produk dan pemasaran berbasis digital media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk perikanan dengan pendekatan variasi olahan produk dan *branding image*.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

a. Persiapan dan koordinasi

Tahap persiapan dan koordinasi kegiatan dilakukan pada bulan Mei 2019. Kegiatan yang dilakukan meliputi kegiatan survey lapangan, koordinasi dan perizinan serta pembuatan undangan kepada peserta. Kegiatan koordinasi dan perizinan dilakukan dengan Pemerintah Desa Suradadi terkait dengan rencana kegiatan dan target sasaran kegiatan. Koordinasi dilanjutkan kepada masyarakat khususnya kelompok usaha olahan perikanan di Desa Suradadi. Koordinasi dilakukan untuk memberikan gambaran dan manfaat kegiatan serta kerjasama dengan masyarakat demi kelancaran kegiatan.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada bulan Juli – September 2019. Kegiatan dilakukan oleh 20 orang mahasiswa dengan 2 dosen pembimbing lapangan. Kegiatan diikuti oleh peserta dari kelompok usaha olahan ikan di Desa Suradadi sebanyak 15 orang. Yang terlebih dahulu dibentuk melalui kelompok usaha bersama (KUB) dengan nama KUB Suradadi Freeze. Kegiatan yang dilakukan yaitu 1) Sosialisasi perkembangan berbagai macam variasi olahan ikan, 2) Pelatihan dan pendampingan pembuatan variasi olahan ikan, 3) Sosialisasi dan pelatihan pengemasan produk, dan 4) pemasaran produk berbasis online.

c. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan memberikan lembar penilaian kinerja kepada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta kegiatan ini berasal dari masyarakat Desa Suradadi, baik yang telah memiliki usaha olahan ikan maupun yang tidak. Pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan dilaksanakan secara bersama-sama dengan dipandu 1 koordinator. Dengan demikian hasil yang diharapkan dapat sesuai dengan tujuan kegiatan.

Kegiatan penyuluhan dan pelatihan dilakukan bersama dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi masyarakat dimana cenderung senang berkelompok. Kondisi ini dapat disebabkan karena beberapa hal seperti latar belakang pendidikan sehingga masyarakat merasa kurang percaya diri. Menurut Setiana (2005), keberhasilan kegiatan penyuluhan dapat ditentukan oleh beberapa hal yaitu keadaan pribadi sasaran, keadaan lingkungan fisik, keadaan sosial budaya masyarakat. Penyuluhan dan sosialisasi dilaksanakan sesuai proposal yang diajukan, meliputi sosialisasi UMKM, P-IRT, pemasaran, branding, koperasi dan permodalan dan pendampingan dalam hal pembukuan.



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan

Kegiatan pengolahan ikan yang banyak dijumpai di Suradadi adalah usaha pengasapan dan pengasianan ikan, sedangkan usaha lain masih kurang berkembang. Melihat kondisi tersebut, maka pelatihan pengolahan dalam kegiatan ini meliputi pembuatan kaki naga, bakso, nugget, ekado dan keong mas. Terobosan ini memberikan ruang bagi masyarakat untuk membuat olahan baru sesuai perkembangan pasar. Pembuatan olahan ini tidak hanya diajarkan teknik pembuatan namun juga dengan pendekatan metode pengawetan. Metode pengawetan ikan dengan bahan alami seperti fermentasi dapat meningkatkan keawetan ikan (Nisa dan Wardani, 2016).

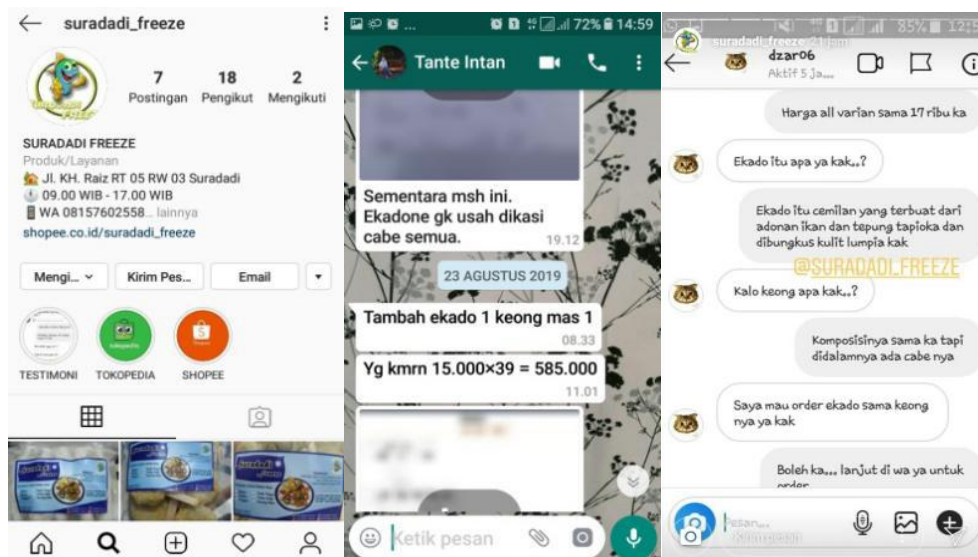
Dalam kegiatan yang bersifat KKN ini, mahasiswa KKN menjadi fasilitator yang mempersiapkan segala sesuatunya. Mulai dari persiapan, menghubungi narasumber hingga teknis pelaksanaan. Keterlibatan mahasiswa disini menjadi salah satu bentuk pengabdian masyarakat, karena semua kegiatan pasti didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN PPM, dalam hal ini sebagai ketua tim pengabdian dan dibantu pula oleh anggota pengabdian.



Gambar 2. Kegiatan pembuatan olahan ikan dan pembentukan kelompok usaha bersama Suradadi Freeze

Variasi olahan ikan yang telah dihasilkan oleh masyarakat dikemas dan dipasarkan melalui media online (Gambar 3). Pengemasan poduk yang menarik serta strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan laba usaha. Hasil ini dapat dilihat dari meningkatnya pesanan produk ikan olahan melalui media online seperti instagram dan WhatsApp. Setiawati dan Widyartati (2017) menyatakan bahwa strategi pemasaran online memiliki pengaruh positif terhadap laba usaha.

Kegiatan pembukuan yang dilakukan oleh KUB Suradadi Freeze sebagai mitra kegiatan KKN PPM menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak positif bagi KUB. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pemesanan produk olahan serta laba produksi Rp. 2.173.000 dalam waktu 40 hari (Tabel 1). Dengan demikian optimalisasi kegiatan ini diharapkan akan berdampak positif bagi perekonomian KUB Suradadi Freeze sebagai mitra kegiatan KKN PPM.



Gambar 3. Media sosial Suradadi Freeze dan testimoni penjualan

Tabel 1. Pembukuan KUB Suradadi Freeze

Tanggal	Keterangan	Unit	Debit	Kredit	Saldo
16/08/2019	Modal Awal			Rp. 273.000	
19/08/2019	Hasil Produksi :	30 bungkus			
	Hasil Penjualan :	28 bungkus x 13.000	Rp. 364.000		Rp. 364.000
21/08/2019	Belanja bahan produksi :			Rp. 356.000	Rp. 8.000
24/08/2019	Produksi 6 kg surimi :	60 bungkus	Rp. 795.000		Rp. 803.000
24/08/2019	Belanja bahan produksi Hasil penjualan produksi			Rp. 408.000	Rp. 395.000
01/09/2019	tanggal 24 agustus 2019		Rp. 821.000		Rp. 1.216.000
	Belanja bahan produksi			Rp. 359.000	Rp. 857.000
04/09/2019	Hasil penjualan produksi		Rp. 698.000		Rp. 1.555.000
	Belanja bahan produksi			Rp. 350.000	Rp. 1.250.000
08/09/2019	Hasil penjualan produksi		Rp. 706.000		Rp. 1.911.000
	Belanja bahan produksi			Rp. 660.000	Rp. 1.251.000
16/09/2019	Hasil penjualan produksi tanggal 8 September 2019		Rp. 922.000		Rp. 2.173.000

4. KESIMPULAN

Peningkatan nilai tambah produk perikanan dapat ditingkatkan melalui variasi olahan produk dan *branding produk*. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan pesanan produk olahan baik melalui penjualan langsung, maupun melalui media online Instagram, facebook dan WhatsApp. Berdasarkan sisi ekonomi KUB ini pun telah mengalami peningkatan pendapatan. Monitoring dan pendampingan kegiatan hendaknya terus dioptimalkan untuk mengembangkan unit usaha yang telah berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Nisa, A.K., Wardani, A.K. 2016. Pengaruh Lama Pengasapan dan Lama Fermentasi Terhadap Sosis Fermentasi Ikan Lele (*Clarias gariepinus*). *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. 4 (1) 367-376.
- Setiana L. 2005. *Teknik Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Setiawati, I., Widyartati. 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *BIMA*. 343-347.