

Diversifikasi Produk Olahan Sambal Berbahan Dasar Ikan Laut Untuk Meningkatkan Ekonomi Rumah Tangga di Desa Pepe Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo

¹Uky Dian Ramadhani, dan ^{2*}Endang Siswati

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; ^{2*}Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bhayangkara Surabaya, Jl. A. Yani No. 114 Surabaya

Email: ¹ukylian20@gmail.com, ^{2*}endang@ubhara.ac.id

ABSTRAK

Hasil perikanan merupakan salah satu sumber pangan yang karakteristiknya berbeda dengan sumber pangan lainnya yang cukup rentan untuk mengalami pembusukan dalam kurun waktu relatif cepat. Hal ini secara tidak langsung dapat menimbulkan kebosanan pada konsumennya. Dengan adanya diversifikasi produk perikanan menjadi berbagai macam produk yang bervariasi, sehingga produk tersebut dapat tetap diminati oleh masyarakat Indonesia. Salah satu produk olahan perikanan yang paling banyak dibuat di Indonesia adalah Sambal. Pada program ini, Kelompok 013 melakukan diversifikasi produk olahan sambal berbahan dasar ikan laut menjadi tiga varian, yaitu Sambal Ikan Teri, Sambal Ikan Klotok, dan Sambal Ebi. Melalui kerjasama antara peserta KKN dan warga Desa Pepe, dilakukanlah sosialisasi, pelatihan pembuatan olahan sambal hingga Marketing Plan (perencanaan pemasaran). Program tersebut dilakukan bertujuan untuk membentuk kelompok masyarakat khususnya kelompok ibu-ibu rumah tangga yang tidak produktif dapat mandiri secara ekonomi agar mengurangi ketergantungan ekonomi kelompok ibu-ibu tersebut terhadap suami selaku pencari nafkah. Setiap satu botol sambal dijual dengan harga Rp. 15.000 dengan keuntungan sekitar 5.000-6.300. Dari keuntungan tersebut diharapkan dapat meningkatkan ekonomi warga Desa Pepe. Pemasaran produk dilakukan melalui pemasaran *offline* (dari mulut ke mulut atau menitipkan produk ke toko-toko terdekat) maupun pemasaran *online* (sosial media dan e-commerce).

Kata Kunci : Diversifikasi, Produk, Olahan Sambal, Ekonomi Rumah Tangga.

ABSTRACT

Fishery products are a source of food whose characteristics are different from other food sources which are susceptible to decay in a relatively fast period of time. This can indirectly lead to boredom in consumers. With the diversification of fishery products into various kinds of products, so that these products can still be in demand by the Indonesian people. One of the most processed fishery products made in Indonesia is Sambal. In this program, group 013 diversified their processed marine fish based chili sauce into three variants, namely Sambal Ikan Teri, Sambal Ikan Klotok, and Sambal Ebi. Through the collaboration between KKN participants and Pepe Village residents, socialization was carried out, training on making chili sauce to the Marketing Plan (marketing planning). The program is aimed at forming community groups, especially groups of unproductive housewives who can be economically independent in order to reduce the economic dependence of these groups of mothers on their husbands as breadwinners. Each bottle of chilli is sold for Rp. 15,000 with a profit of about 5,000-6,300. From this profit, it is hoped that it can improve the economy of the people of Pepe Village. Product marketing is carried out through offline marketing (word of mouth or entrusting products to nearby shops) and online marketing (social media and e-commerce).

Keywords: *Diversification, Products, Processed Sambal, Household Economy.*

PENDAHULUAN

Ikan merupakan salah satu sumber daya alam yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia sebagai bahan pangan. Indonesia

sangat berpeluang untuk menjadikan ikan sebagai sumber protein utama guna meningkatkan gizi masyarakat, karena memiliki potensi ikan melimpah (Sigit, 2016).

Namun, besarnya potensi tersebut belum diimbangi dengan tingginya pula konsumsi ikan oleh masyarakat Indonesia. Rendahnya tingkat konsumsi ikan di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya: (1) ketersediaan ikan segar yang rendah di pasaran, (2) perilaku dan budaya tabu makan ikan dalam masyarakat tertentu, (3) pengetahuan gizi di kalangan ibu yang masih rendah, (4) harga ikan dan produknya yang relatif lebih mahal dari pada yang lainnya, (5) rendahnya ragam jenis ikan dan produk diversifikasi olahan hasil perikanan dan penguasaan teknologi yang masih minim (Kusharyanti, 2007).

Hasil perikanan merupakan salah satu sumber pangan yang karakteristiknya berbeda dengan sumber pangan lainnya. Selain memiliki bahan baku yang beraneka ragam, hasil perikanan juga rentan untuk mengalami pembusukan dalam kurun waktu yang relatif cepat dibandingkan dengan bahan pangan lainnya. Hal ini secara tidak langsung dapat menimbulkan kebosanan pada konsumennya. Dengan adanya diversifikasi produk perikanan yaitu inovasi pengolahan hasil perikanan menjadi berbagai macam produk yang bervariasi, sehingga produk tersebut dapat tetap diminati oleh masyarakat Indonesia. Saat ini, salah satu produk olahan perikanan yang paling banyak dibuat di Indonesia adalah Sambal.

Sambal merupakan salah satu unsur khas dalam masakan Indonesia. Selain di Indonesia, sambal juga banyak ditemukan dalam masakan Asia Selatan dan Asia Timur. Ada bermacam-macam jenis sambal dari berbagai daerah. Secara garis besar, sambal dibuat dari bahan utamanya yaitu cabai yang dihaluskan, yang kemudian ditambahkan dengan bahan lain seperti garam dan terasi. Dalam kegiatan ini, kami melakukan diversifikasi produk terhadap beberapa hasil perikanan dan mengolahnya menjadi beberapa jenis sambal, diantaranya: 1) sambal ikan teri, 2) sambal ikan klotok, dan 3) sambal ebi.

Di samping adanya produk, tentu saja promosi penjualan juga sangat dibutuhkan. Di era digital saat ini teknologi informasi dan komunikasi sangat berkembang pesat. Promosi produk dapat dengan mudah dilakukan melalui internet yang disebut *E-commerce*. *Electronic*

Commerce (E-commerce) adalah suatu proses membeli, menjual, transfer atau pertukaran produk, pelayanan, dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet (Turban, 2004).

Alasan dipilihnya Desa Pepe dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah karena letak Desa Pepe yang tidak jauh dari sentra budidaya dan pengolahan hasil laut, sehingga ikan segar sebagai bahan baku sambal mudah didapat. Selain itu, mengingat pengaruh teknologi digital yang sangat luas, serta kurangnya pemahaman terhadap teknologi digital di kalangan ibu rumah tangga di Desa Pepe menjadi salah satu tujuan kami untuk meningkatkan pemahaman mengenai hal tersebut yang sekaligus juga untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga melalui usaha pembuatan sambal di Desa Pepe.





Gambar 1. Kegiatan pelatihan, pendampingan dan implementasi, serta *monitoring progress* di rumah perwakilan warga Desa Pepe.

Sumber: foto kegiatan

Letak Geografis

Desa Pepe merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Jarak tempuh antara Desa Pepe dengan Kota Sidoarjo yaitu sekitar 11 km. Desa Pepe terbagi menjadi tiga dusun, yaitu Dusun Tani Nelayan, Dusun Tani Tambak dan Dusun Tani Sawah. Bagian utara desa ini adalah Desa Pulungan dan Desa Bero, bagian timur adalah Desa Buncitan dan Desa Kalanganyar, bagian selatan adalah Desa Darmasi dan Desa Sawohan, dan bagian baratnya adalah Desa Kwangsan. Desa Pepe memiliki 20 RW dan 92 RT.



Gambar 2. Peta lokasi Desa Pepe

Sumber: <http://desapepe.blogspot.com>.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Dalam menyelesaikan permasalahan tersebut diatas solusinya adalah melakukan survey, pelatihan dan pendampingan, serta implementasi ibu-ibu PKK di desa Pepe mengenai produksi sambal dan bisnis *online* yaitu bagaimana cara membuat sambal yang benar dan bagaimana cara membuat bisnis *online* di sosial media dan *market place*.

Target Luaran

Dari solusi diatas diharapkan mendapatkan luaran antara lain ibu-ibu PKK mempunyai usaha sambal dan mempunyai akun di media sosial dan di *market place* Shopee sehingga bisa memasarkan produknya secara *online*. Di samping memasarkan usahanya juga bisa mengelola akun bisnis *online* nya sehingga bisa dilirik oleh pelanggan *online*, diharapkan bisa meningkatkan omzet penjualannya.

METODE PELAKSANAAN

Sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut dilaksanakan pertamanya yang dilakukan tim adalah membuat perencanaan, antara lain:

- Mempersiapkan rencana produksi mulai dari persiapan bahan baku, peralatan produksi.
- *Packaging* yang menarik
- Konten untuk promosi
- Pemasaran *offline* (memberikan tester ke beberapa warga dan toko makanan.
- Pemasaran *online* melalui instagram dan shopee.

Setelah persiapan sudah matang maka program bisa dilaksanakan yaitu:

Metode Survey

Metode survey dilakukan terhadap ibu-ibu PKK di desa Pepe. Dalam melakukan survey tim dibagi menjadi 3 kelompok yaitu kelompok yang melakukan survey di dusun Tani Nelayan, dusun Tani Tambak dan dusun Tani Sawah. Survey ini sangat penting untuk dilakukan sebab dari survey ini bisa membantu pemetakan kebutuhan pada proses pelatihan dan pendampingan, dari survey yang dilakukan dapat diperoleh keterangan mengenai:

1. Latar belakang warga Desa Pepe.
2. Penerapan protokol Covid-19

3. Gambaran mengenai pelatihan dan pendampingan yang dibutuhkan.

Metode Pelatihan dan Pendampingan,

Dalam program pelatihan dan pendampingan ini tim dibentuk dalam beberapa kelompok yaitu kelompok produksi dan *packaging*, kelompok pemasaran tradisional, dan kelompok pemasaran secara *online*.

Pelaksanaan Pelatihan

Pada pelaksanaan pelatihan setiap kelompok menyampaikan materi terkait dan membuat tampilan visual berupa *slide power point* yang ditampilkan ke layar dengan alat LCD proyektor. Modul ringkas kegiatan dan alat tulis dibagikan kepada peserta kegiatan agar peserta memiliki pegangan untuk dibaca yang dapat langsung ditambahkan dengan catatan-catatan yang mereka perlukan. Selain metode ceramah instruktur juga menggunakan metode *sharing* sehingga dapat memberikan gambaran lebih jelas kepada peserta pelatihan. Untuk mempermudah pemasaran, tim membentuk koordinator pemasaran yang terdiri dari 1 orang dari ibu-ibu PKK, tugasnya yaitu mengkoordinir sambal yang disetor oleh ibu-ibu yang lain yang ditetapkan sebanyak 10 botol per orang.

Metode Implementasi

Kegiatan ini dilakukan dengan cara langsung mendatangi kediaman ibu-ibu di Desa Pepe yang ikut pelatihan, implementasi ini dimaksudkan sudah sejauh mana proses bisnis sambal ini dijalankan, mulai dari produksi sampai pemasaran *offline* dan *online*. Pada kegiatan implementasi ini sekaligus berfungsi sebagai *monitoring* sampai dengan pengawasan terkait progress pelaksanaan pembuatan sambal, serta memonitor berapa penjualan yang sudah didapat sehingga bisa membantu ekonomi keluarga.

Kelompok	Tugas
1. Produksi & Packaging	<ul style="list-style-type: none"> Membuat resep sambal berbahan dasar ikan laut. Mengajarkan ibu-ibu PKK membuat olahan sambal dan pendampingan Penayangan video proses pembuatan olahan sambal Membagikan resep pembuatan sambal kepada peserta Mengajarkan pengemasan sambal sehingga tampak menarik
2. Pemasaran Tradisional	<ul style="list-style-type: none"> Membentuk tim koordinator pemasaran, terdiri dari 1 orang sebagai koordinator, dan 6 orang sebagai anggota dan pendampingan. Memetakan toko-toko sebagai patner dalam penjualan konsinyasi
3. Pemasaran Online	<ul style="list-style-type: none"> Melatih dan melakukan pendampingan ibu-ibu PKK cara membuat akun bisnis. Cara pengambilan gambar yang baik. Cara pemeliharaan akun agar selalu dikunjungi pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan melakukan diversifikasi produk olahan sambal berbahan dasar ikan laut, tim mengembangkannya menjadi tiga varian sambal, antara lain sambal ikan teri, sambal ikan klotok, dan sambal ebi dengan melakukan kegiatan survey, pelatihan dan pendampingan, serta implementasi kegiatan proses pembuatan sambal kepada beberapa ibu-ibu PKK warga Desa Pepe agar di kondisi pandemi Covid-19 ini dapat memberikan efek positif untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan perekonomian keluarga. Proses pemasaran dilakukan melalui pemasaran *offline* dan *online* agar produk dapat dengan mudah dikenal di kalangan masyarakat baik nasional maupun lokal.

Dari kegiatan survey, pelatihan dan pendampingan, serta implementasi tersebut, beberapa perubahan yang terjadi pada khalayak sasaran, antara lain:

1. Beberapa ibu-ibu PKK warga Desa Pepe yang mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan serta implementasi pembuatan sambal menerima pemahaman potensi penjualan sambal serta memahami pemasaran *offline* maupun *online*.
2. Beberapa ibu-ibu PKK warga Desa Pepe yang mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan sambal dapat memproduksi sambal sendiri sesuai dengan arahan yang telah dijelaskan pada saat kegiatan.
3. Beberapa ibu-ibu PKK warga Desa Pepe yang mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan sambal dapat mempromosikan dan memasarkan produk baik secara *offline* (dari mulut ke mulut atau menitipkan ke toko-toko sekitar) ataupun secara *online* (melalui sosial media instagram dan *e-commerce shopee*).

PO TAHAP 1 TANGGAL 28 NOVEMBER 2020			
No.			
1	SAMBAL KLOTOK	14	Botol
2	SAMBAL TERI	13	Botol
3	SAMBAL EBI	23	Botol
TOTAL		50	Botol

Tabel 1. Laporan Penjualan Sambal

SAMBAL TERI				
1	CABE RAWIT	41	GRAM	15.000
2	CABE MERAH	0,25	GRAM	15.000
3	BAWANG PUTIH	166	GRAM	8.000
4	MINYAK GORENG	2	LITER	26.000
5	PENYEDAP	1	PLASTIK	3.400
6	BOTOL	14	BOTOL	26.000
7	TERI	0,25	KG	30.000
8	STIKER	1	LEMBAR	400
TOTAL MODAL				123.800
HARGA JUAL				15.000
TOTAL KOTOR (13 BOTOL X 15.000)				195.000
TOTAL BERSIH (TOTAL KOTOR - TOTAL MODAL)				71.200
KEUNTUNGAN 13 BOTOL = 71.200/13				5.500/btl

Tabel 2. Laporan Penjualan Sambal Varian Teri

SAMBAL EBI				
1	CABE RAWIT	41	GRAM	15.000
2	CABE MERAH	0,25	GRAM	15.000
3	BAWANG PUTIH	166	GRAM	8.000
4	MINYAK GORENG	2	LITER	26.000
5	PENYEDAP	1	PLASTIK	3.400
6	BOTOL	14	BOTOL	26.000
7	EBI	0,25	KG	15.000
8	STIKER	1	LBR	400
TOTAL MODAL				108.800
HARGA JUAL				15.000
TOTAL KOTOR (23 BOTOL X 15.000)				345.000
TOTAL BERSIH (TOTAL KOTOR - TOTAL MODAL)				236.200
KEUNTUNGAN 23 BOTOL = 236.200/23				10.300/btl

Tabel 3. Laporan Penjualan Sambal Varian Ebi

SAMBAL KLOTOK				
1	CABE RAWIT	41	GRAM	15.000
2	CABE HIJAU	83	GRAM	8.000
3	BAWANG PUTIH	166	GRAM	8.000
4	MINYAK GORENG	2	LITER	26.000
5	LPG	1	BH	5.700
6	PENYEDAP	1	PLASTIK	3.400
7	BOTOL	14	BOTOL	28.000
8	KLOTOK	0,5	KG	25.000
9	STIKER	1	LEMBAR	400
TOTAL MODAL				119.500
HARGA JUAL				15.000
TOTAL KOTOR (14 BOTOL X 15.000)				210.000
TOTAL BERSIH (TOTAL KOTOR - TOTAL MODAL)				90.500
KEUNTUNGAN 14 BOTOL = 90.500/14				6.500/btl

Tabel 4. Laporan Penjualan Sambal Varian Klotok

Kendala dalam implementasi *marketing go digital* kepada para pelaku usaha di Desa Pepe Sedati adalah sebagian besar pelaku usaha berusia diatas 35 tahun yang kurang fasih dalam mengoperasikan gawai seperti handphone, komputer ataupun laptop. Minimnya minat untuk mengikuti perkembangan teknologi menjadi salah satu faktor permasalahan tersebut. Selain pada *marketing go digital*, kendala dalam implementasi kegiatan pelatihan ini yaitu kurangnya daya tarik ibu-ibu PKK warga Desa Pepe dalam memulai suatu kegiatan baru, karena hal tersebut dinilai hanya menyulitkan dan hasil yang diperoleh dikhawatirkan tidak sesuai dengan ekspektasi atau rencana awal.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan di atas, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :1) Program yang telah dilaksanakan dapat memberikan dampak positif yaitu mulai terbentuknya kelompok kelompok ibu-ibu rumah tangga yang tidak produktif dapat mandiri secara ekonomi melalui penghasilan dari penjualan olahan sambal sehingga dapat mengurangi ketergantungan ekonominya terhadap suami selaku pencari nafkah. 2)

Banyaknya tambak di area sekitar Desa Pepe menjadi alasan kelompok memilih program ini, karena dapat memudahkan warga untuk mencari bahan yang digunakan untuk produksi sambal. 3) Untuk mempermudah penjualan produk olahan sambal agar menjangkau konsumen di pasar-pasar modern dilakukan pemasaran *offline* (dari mulut ke mulut serta menitipkan produk ke- toko-toko sekitar maupun pasar *online* (sosial media dan *e-commerce*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Bhayangkara Surabaya, warga desa sekaligus perangkat Desa Pepe atas kerjasama dan bimbingannya sehingga program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa selesai tepat pada waktunya sesuai rencana. Terima kasih kerja kompaknya untuk seluruh *Kelompok 013* yaitu: Naufal Prastyana, Ingrid Sanditya Rezkirana, Elis Syafaatin Nusroh, Andre Setyawan, Dharmawan Wicaksono, Ghilbi Sebirna Y., Michael Joagustinus Irwanto, Riswinda Dwi Oktaviana, Kinanti Izzah Nurliana, Siti Maisaroh, Yuniar Ayu Imaniah, Herlina Dwi Ariani, Achmad Farid, Mareta Adilfi Mochtar.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://desapepe.blogspot.com/p/profil-desa.html>.
- Kusharyanti, I. (2007). Analisis kesadaran masyarakat terhadap program promosi GEMAR IKAN Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Indonesia, Jakarta.
- Lakutomo, GS. (2014). Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis *Online (E-Commerce)* Dalam Jaringan Sosial Internet. Skripsi. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Putra, Adnan Husada. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blera, *Jurnal Analisa Sosiologi* 5(2): 40-52.
- Saputro, SWD. (2016). Pengaruh Persepsi Terhadap Pembelian Aktual Melalui Niat Beli Pada Ikan Laut (Studi Kasus di Kabupaten Ngawi). Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

- Sokib, N. (2012). Strategi Peningkatan Konsumsi Ikan di Kota Depok, Jawa Barat. *Jurnal Manajemen IKM, Vol.7, No.2*, September 2012 (166-171) ISSN : 2085-8418.
- Turban, Efraim. (2014). *E-Commerce, a Managerial Perspective, International 4th*