

## **PENINGKATAN KUALITAS DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN IKAN DI SEMARANG**

**Sunyoto<sup>a</sup>, Atiek Zahrulianingdyah<sup>b</sup>, Indah Anisykurlillah<sup>c</sup>**

Universitas Negeri Semarang, Indonesia

### **Abstrak**

Tujuan kegiatan ini adalah untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UKM Mitra yang bergerak di bidang usaha pengolahan ikan sehingga dapat bersaing di pasar ekspor. Terdapat dua mitra kegiatan, yaitu CV. Home Industri Milkfish New Istichomah (UKM 1) dengan produk utama bandeng presto dan UD. Ananda Jaya Industry (UKM 2) dengan produk utama ikan crispy. Permasalahan yang akan ditangani mencakup beberapa aspek, antara lain produksi/kuantitas, kualitas, kontinuitas, manajemen usaha, dan pemasaran. Kegiatan ini dirancang selama 3 (tiga) tahun, dimana pada tahun ke-1 prioritas pada aspek produksi (kuantitas dan kualitas), tahun ke-2 prioritas pada aspek manajemen usaha dan pemasaran, dan pada tahun ke-3 prioritas pada penguatan aspek manajemen usaha dan pemasaran. Luaran yang dihasilkan pada tahun ke-3 ini antara lain peningkatan kualitas dan pemasaran produk, manajemen usaha dan pemasaran lebih baik, berhasil menembus pasar ekspor, jumlah tenaga kerja meningkat, jumlah aset, omset, dan keuntungan pengusaha dan pekerja meningkat.

**Kata Kunci:** kualitas, pemasaran, olahan ikan

### **Pendahuluan**

Indonesia secara geografis merupakan sebuah negara kepulauan dengan dua pertiga luas lautan lebih besar daripada daratan. Hal ini bisa terlihat dengan adanya garis pantai di hampir setiap pulau di Indonesia ( $\pm$  81.000 km) yang menjadikan Indonesia menempati urutan kedua setelah Kanada sebagai negara yang memiliki garis pantai terpanjang di dunia. Kekuatan inilah yang merupakan potensi besar untuk memajukan perekonomian Indonesia.

Data Food and Agriculture Organization di 2012, Indonesia pada saat ini menempati peringkat ketiga terbesar dunia dalam produksi perikanan di bawah China dan India. Dari potensi yang ada, hanya sekitar 10 persen yang saat ini telah dieksplor dan dimanfaatkan. Menurut Direktur Indonesia Maritime Institute (IMI) Dr. Yulius Paongan, M.Sc, potensi laut Indonesia mencapai enam kali lipat Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Namun, meskipun Indonesia merupakan negara yang kaya laut, tapi potensi kelautannya belum dimanfaatkan secara maksimal. "Total potensi ekonomi maritim Indonesia sangat besar. Diperkirakan mencapai Rp 7.200 triliun per tahun, atau empat kali lipat dari APBN 2014 (Rp 1.800 triliun). Namun, lantaran tidak dikelola dengan baik, maka hasilnya pun minim (<http://www.pusakaindonesia.org/>)

Salah satu hasil perikanan yang cukup potensial adalah produksi bandeng. Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) menargetkan produksi bandeng nasional tahun ini mencapai 1,2 juta ton. Pada 2014, produksi bandeng nasional mencapai 621.393 ton atau meningkat 10,4 persen per tahun

dibanding 2010 yang hanya 421.757 ton. Dirjen Perikanan Budidaya KKP, Slamet Soebjanto mengatakan, bandeng merupakan salah satu komoditas unggulan perikanan budidaya. Selain mendukung ketahanan pangan dan gizi, usaha budidaya bandeng dapat diandalkan untuk meningkatkan pendapatan pembudidaya skala kecil dan menengah.

Dibandingkan dengan produk hasil perikanan yang lain, bandeng belum menjadi produk andalan ekspor. Berdasarkan Statistik Perikanan yang dikeluarkan KKP tahun 2012, bandeng belum tercatat sebagai produk ekspor. Untuk Jawa Tengah, yang termasuk produk adalah ikan tuna, udang, rumput laut. Namun untuk jenis perikanan budidaya, produksi maupun nilainya paling tinggi. Di Jawa Tengah, nilai produksi per tahun mencapai 57.201 ton dengan nilai Rp 568.383.148.000,- (Data Statistik Perikanan, 2010).

Kandungan gizi bandeng, khususnya Omega 3, ternyata lebih tinggi daripada kandungan Omega 3 ikan salmon yang merupakan ikan impor. Ikan Bandeng (Latin: *Chanos chanos* atau Inggris: Milkfish) merupakan salah satu jenis ikan yang memiliki rasa yang spesifik, dan telah dikenal di Indonesia bahkan di luar negeri. Menurut penelitian Balai Pengembangan dan Penelitian Mutu Perikanan (1996), kandungan omega-3 Bandeng sebesar 14.2% melebihi kandungan omega-3 pada ikan salmon (2.6%), ikan tuna (0.2%) dan ikan sardines/ mackerel (3.9%).

Dengan kata lain kandungan Omega 3 bandeng lebih dari 5 kali lipat ikan salmon. Namun kenapa ikan salmon lebih terkenal dan harganya mahal, hal ini tidak lepas dari branding yang dibangun negara penghasil salmon untuk dapat mengespor produk ikan mereka.

Untuk meningkatkan ekspor produk perikanan yang sangat potensial, perlu dilakukan berbagai upaya, salah satunya melalui penerapan Ipteks bagi usaha kecil menengah

<sup>a</sup> Prodi PTM FT UNNES, Email: [sunyoto@mail.unnes.ac.id](mailto:sunyoto@mail.unnes.ac.id)

<sup>b</sup> Prodi PKK FT UNNES, Email: [atiekzain\\_unnes@mail.unnes.ac.id](mailto:atiekzain_unnes@mail.unnes.ac.id)

<sup>c</sup> Prodi Akuntansi FE UNNES, Email: [indah\\_anisi@mail.unnes.ac.id](mailto:indah_anisi@mail.unnes.ac.id)

(UKM) yang masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain aspek produksi, manajemen usaha dan pemasaran. Melalui program Ipteks bagi Produk Ekspor (IbPE) ini betul-betul dapat merealisasikan dan/atau meningkatkan produk ekspor yang telah dirintis UKM Mitra.

Sebagai mitra kegiatan ini ada dua, yaitu CV. Home Industri Milkfish New Istichomah, dengan alamat Jl. Dworowati Raya No. 29 B Semarang. Mitra UKM 2 adalah UD. Ananda Jaya Industry, dengan alamat Jl. Tawang Sari Utara No. 70 Semarang. Kedua mitra sebagai produsen olahan ikan, UKM 1 spesialis produk ikan bandeng presto, sementara UKM 2 spesialis produk ikan crispy dengan bahan baku ikan air tawar maupun ikan laut.

Mitra UKM 1 pada awalnya merupakan mitra kegiatan IbM Dikti (Program Mono Tahun) tahun 2010, dimana pengusulus IbPE sebelumnya sebagai pelaksana IbM. Seiring dengan perjalanan waktu, mitra IbM saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Jika pada awalnya, produktivitas, kualitas, maupun pemasaran masih sangat terbatas, namun mulai tahun 2014 sudah mulai menembus pasar luar negeri (ekspor) ke Malaysia. Hal ini tentu saja cukup membanggakan bagi pelaksana program maupun Dikti sebagai penyedia dana program IbM.

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang dihadapi UKM 1 dan UKM 2, tim pelaksana program IbPE dan pihak UKM Mitra sepakat untuk melaksanakan program IbPE dengan prioritas kegiatan dan pentahapan tiap tahun berbeda.

Pada prinsipnya tahun I penguatan aspek produksi/kuantitas, kualitas, dan kontinuitas, dengan tetap memperhatikan manajemen usaha, promosi, dan pemasaran. Tahun II penguatan aspek manajemen usaha, promosi, dan pemasaran. Tahun III pematapan pasar yang telah diraih, sambil ekspansi pasar luar negeri yang lebih luas.

## Metode Kegiatan

Sesuai dengan tujuan kegiatan, metode penerapan Iptek kepada UKM dapat dilakukan dengan berbagai cara. Sebagai pelaksana adalah dosen dengan keahlian yang mendukung atau tenaga ahli yang diambil dari pihak luar sesuai kepakarannya, misalnya praktisi eksportir/importir.

### Ceramah/Penyuluhan

Metode ini diberikan pada awal kegiatan. Tujuannya adalah untuk sosialisasi kegiatan, atau penyampaian materi yang bersifat teori sebelum melakukan praktik, misalnya terkait pembukuan keuangan, prosedur ekspor, dokumen-dokumen yang harus disiapkan, dll.. Pemberian motivasi dan semangat entrepreneurship dapat dilakukan melalui metode ceramah.

### Demonstrasi

Dalam kegiatan ini tim pelaksana memperagakan/mendemstrasikan bagaimana cara

mengoperasikan mesin/alat. Di hadapan pelaku usaha/pekerja dijelaskan mulai dari persiapan, urutan langkah-langkah pengoperasian dari awal hingga akhir, serta bagaimana cara merawat dan memperbaiki alat apabila tidak berfungsi dengan baik.

### Praktik Langsung

Pada kegiatan ini pelaku usaha/pekerja disuruh mencoba/praktek langsung seperti yang telah dicontohkan pada saat demonstrasi/peragaan. Dengan cara ini mitra/peserta kegiatan akan lebih cepat terampil karena merasakan dan mengalami sendiri bagaimana cara kerjanya atau proses pembuatan suatu produk. Praktek langsung diterapkan pada kegiatan aspek produksi maupun manajemen, misalnya bagaimana melakukan pembukuan keuangan yang baik dan benar.

### Pendampingan

Metode pendampingan dilaksanakan dengan ciri bahwa khalayak sasaran sebagai mitra kerja atau subjek, bukan sebagai objek kegiatan dan tidak bersifat *top-down*. Tim pelaksana sebagai pendamping, dengan maksud sebagai pelaku utamanya adalah mitra UKM sehingga tidak ada ketergantungan kepada tim pelaksana. Pada awalnya diberi contoh, disuruh mempraktekkan, dan akhirnya dilepas namun tetap diberi pengawasan dan bimbingan karena masih taraf belajar. Jika sudah cukup terampil, dapat dilepas sehingga dapat mandiri. Dengan kata lain sifat kegiatan ini adalah pemberdayaan masyarakat dengan pola pendekatan *bottom up*.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat program IbPE dilaksanakan dengan mengacu pada target dan luaran yang ditentukan sebelumnya. Pada tahun III kegiatan dititik beratkan pada penguatan aspek manajemen usaha dan pemasaran. Beberapa hasil kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dihasilkan web site UKM 1 yaitu pada usaha bandeng presto "New Istichomah" dengan alamat: [www.milkfishprestolthpc.com](http://www.milkfishprestolthpc.com)
2. Dihasilkan web site UKM 2 yaitu pada usaha olahan ikan crispy "Iwak Nyuzz" dengan alamat: <http://www.crispyiwaknyuzz.com>
3. Mengikuti berbagai ajang pameran sebagai media promosi yang cukup efektif, baik dilakukan oleh UKM 1 maupun UKM 2.
4. Perluasan pemasaran produk UKM mitra PbPE

Terdapat peningkatan pemasaran yang cukup signifikan, yaitu dengan bertambahnya tempat penjualan/outlet bandeng presto New Istichomah. Terdapat 15 outlet di Semarang dan sekitarnya, yaitu: Ungaran: 4; Kedung

Mundu Semarang: 1; Mangkang Semarang: 1; Galery UMKM Srandol: 1; Outlet Hari Rochim : 3; Jl. Raya Mangkang : 4; Pak Mul Semarang: 1; Pasar ekspor ke Malaysia juga tetap berjalan yaitu sebanyak 50 kg Bandeng Presto per minggu.

5. Dengan adanya peningkatan pemasaran, produksi dan omzet usaha juga meningkat, baik pada mitra 1 maupun mitra 2. Mitra 1 mengalami peningkatan omzet sebesar 28,7% dan mitra 2 meningkat 35%.

Berdasarkan luaran yang dihasilkan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mencapai target yang ditentukan. Hal ini ditunjukkan oleh beberapa indikator seperti ditunjukkan pada tabel 1 dan tabel 2, dimana baik mitra UKM 1 dan UKM 2 mengalami perkembangan usaha yang cukup signifikan. Selama tiga tahun pendampingan usaha, baik dari aspek produksi, kualitas, manajemen usaha, dan pemasaran, membuahkan hasil. Tolok ukurnya adalah adanya peningkatan omzet usaha. Peningkatan omzet usaha ini tentu saja dibarengi dengan peningkatan pendapatan.

## Simpulan

Kesimpulan dari kegiatan IbPE ini adalah:

1. Pada tahun III kegiatan difokuskan pada penguatan aspek manajemen usaha, promosi dan pemasaran produk. Berdasarkan hasil yang telah dicapai, dapat dikatakan bahwa kegiatan IbPE ini telah berhasil dilaksanakan sesuai target yang ditentukan sebelumnya, yaitu pada UKM 1 maupun UKM 2.
2. Disamping aspek manajemen usaha dan pemasaran, pada tahun III juga dilakukan peningkatan kualitas dan kuantitas produk, untuk mengimbangi permintaan pasar dan menjaga kepercayaan konsumen.
3. Pada tahun III omzet usaha mitra UKM 1 meningkat sebesar 38,23% dan mitra UKM 2 meningkat sebesar 33,33%.

Berdasarkan kesimpulan, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak mitra (UKM 1 dan UKM 2) supaya memanfaatkan web site yang telah dibuat dengan sebaik-baiknya sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan produk.
2. Pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh UKM selama kegiatan supaya terus ditingkatkan dan diimplementasikan dalam kegiatan usaha.
3. Kepada tim pelaksana supaya tetap melakukan pendampingan dan/atau pengembangan kegiatan dengan mengacu pada target dan luaran yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Meneruskan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan pada tahun ketiga (Th. 2018).

## Daftar Pustaka

- Anonim. 2011. Sukses Membangun Toko Online dengan E-Commerce. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Buku Data Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2014. Semarang: LP2M Unnes.
- Panduan Pelaksanaan Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di Perguruan Tinggi Edisi IX. 2013. Jakarta: Dirjend Dikti, Kemdikbud.
- Saparinto, Cahyo.2006.Bandeng Duri Lunak.Yogyakarta : Kanisius
- Statistik Ekspor Hasil Perikanan Menurut Komoditi, Provinsi dan Pelabuhan Asal Ekspor Export Statistics Of Fisheries Product By Commodity, Province And Port Of Export. 2012. Jakarta: Pusat Data Statistik dan Informasi, Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Statistik Perikanan Tangkap, Perikanan Budidaya, dan Ekspor-Impor Setiap Provinsi Seluruh Indonesia 2003-2010. Jakarta: Jakarta: Pusat Data Statistik dan Informasi, Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Suhaeni,Neni.2007.Petunjuk Praktis Membuat Bandeng Presto.Bandung : Medium
- Wibowo, Budhi dan Adi Kusrianto. 2010. Menembus Pasar Ekspor, Siapa Takut?. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.



Gambar 1. Produk olahan ikan berpotensi ekspor (Bandeng Presto dan Ikan Crispy)



Gambar 2. Tampilan web site UKM 1:  
[www.milkfishprestolthpc.com](http://www.milkfishprestolthpc.com)

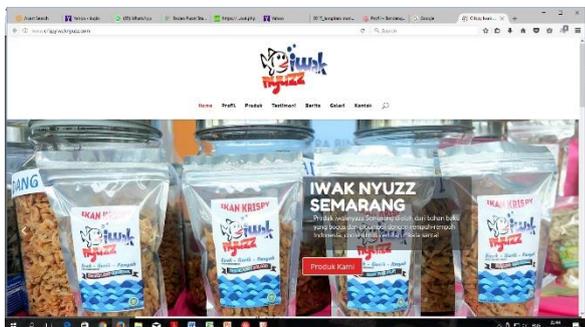
Gambar 2. Pelatihan pengoperasian web site UKM 1:



[www.milkfishprestolthpc.com](http://www.milkfishprestolthpc.com)



Gambar 3. Pendampingan manajemen usaha dan pemasaran UKM 1 (Bandeng New Istichomah)



Gambar 4. Tampilan web site UKM 2  
<http://www.crispywaknyuzz.com>



Gambar 5. Pelatihan pengoperasian web site UKM 2:  
<http://www.crispywaknyuzz.com>



Gambar 6. Pendampingan manajemen usaha dan pemasaran UKM 2 (UD. Ananda Jaya Industry)





Gambar 7. Pameran Ininvest di DP Mall Semarang



Gambar 8. Pameran di Citraland Semarang

Tabel 1. Perkembangan usaha mitra UKM 1

	2016	2017	2018	Peningkatan Omzet (%)
<b>BAHAN BAKU BANDING SEGAR</b>	180 Kg/Hari 5.400 Kg/Bln	220 Kg/Hari 6.600 Kg/Bln	230 Kg/Hari 6.900 Kg/Bln	38,23%
<b>BANDENG PRESTO (± 55 % dari bahan baku)</b>	100 Kg/Hari 3.000 Kg/Bln	120 Kg/Hari 3.600 Kg/Bln	126 Kg/Hari 3.780 Kg/Bln	
<b>OMZET PER HARI</b>	Rp 7.000.000	Rp 9.000.000	Rp 11.340.000	
<b>OMZET PER BULAN</b>	Rp 210.000.000	Rp 270.000.000	Rp 340.200.000	
<b>OMZET PER TAHUN</b>	Rp 2,52 M	Rp 3,24 M	Rp 4,08 M	
Th. 2016	Rp 70.000,-/Kg bandeng presto			
Th. 2017	Rp 75.000,-/Kg bandeng presto			
Th. 2018	Rp 90.000,-/Kg bandeng presto			

Tabel 2. Perkembangan usaha mitra UKM 2

	2016	2017	2018	Peningkatan Omzet (%)
<b>BAHAN BAKU IKAN SEGAR</b>	600 Kg/Bln	810 Kg/Bln	900 Kg/Bln	33,33 %
<b>IKAN CRISPY (± 50 % dari bahan baku)</b>	300 Kg/Bln	405 Kg/Bln	450 Kg/Bln	
<b>OMZET PER BULAN</b>	Rp 48.000.000	Rp 64.800.000	Rp 72.000.000	
<b>OMZET PER TAHUN</b>	Rp 576.000.000	Rp 777.600.000	Rp 864.000.000	
Harga: Rp 160.000,-/kg ikan crispy				