

Upaya Peningkatan Nilai Produk Olahan Hasil Laut dan Partisipasi Gerakan Gemar Makan Ikan bagi Kelompok Wanita dan Anak Nelayan

Mukhtasor, Yoyok Setyo Hadiwidodo, Rudi Walujo Prastianto, Sholihin, Shade Rahmawati, Wimala Lalitya Dhanis, dan Dendy Satrio
Departemen Teknik Kelautan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya

Email:
mukhtasor@oe.its.ac.id

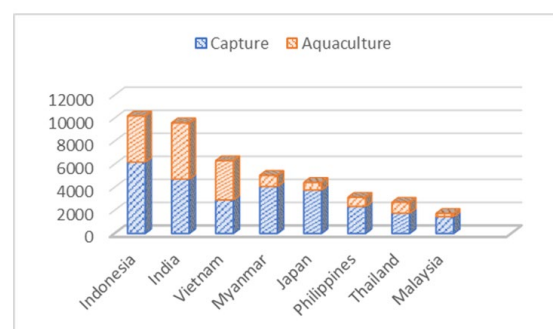
ABSTRAK

Salah satu zat gizi yang amat penting bagi pertumbuhan, kesehatan, dan kecerdasan adalah protein. Sumber makanan yang mengandung banyak sekali protein adalah ikan, yang amat melimpah sebagai salah satu kekayaan alam Indonesia. Selain kaya akan protein, ikan pun mengandung asam lemak esensial omega-3 jenis DHA (*docosahexaenoic acid*) yang baik bagi kesehatan sebab dapat mengurangi resiko penyakit jantung, mencegah peningkatan tekanan darah, menghambat proses kepikunan termasuk alzheimer, serta mampu menekan risiko penyakit- penyakit autoimun dan masalah emosional. Meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan ini menjadi fokus yang dapat meningkatkan kualitas asupan gizi masyarakat, dan yang kedua, bertumbuhnya perekonomian nelayan kecil dan usaha kuliner ikan. Tujuan utama kegiatan ini adalah memberdayakan kelompok wanita nelayan kecil yang sekaligus sebagai penjual olahan hasil laut termasuk ikan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. konsep ke-efisiensi dalam melakukan identifikasi masalah bertujuan untuk memperoleh efisiensi dari aspek ekonomi dan ekologi. Program ini menitikberatkan dalam pengembangan keekonomian dari penerima manfaat. keberlanjutan dari program tersebut dan kemandirian dari penerima manfaat ketika tim pengabdian telah selesai melaksanakan program secara waktu. Pelaksanaan kegiatan ini menyesuaikan situasi dan kondisi pandemic covid-19, sehingga sebagian kegiatan dilaksanakan secara daring dan sebagian lainnya secara luring terbatas, atau dengan kata lain pelaksanaannya bersifat *blended*.

Kata Kunci: produk olahan ikan, gerakan gemar makan ikan, pemberdayaan kelompok wanita nelayan.

PENDAHULUAN

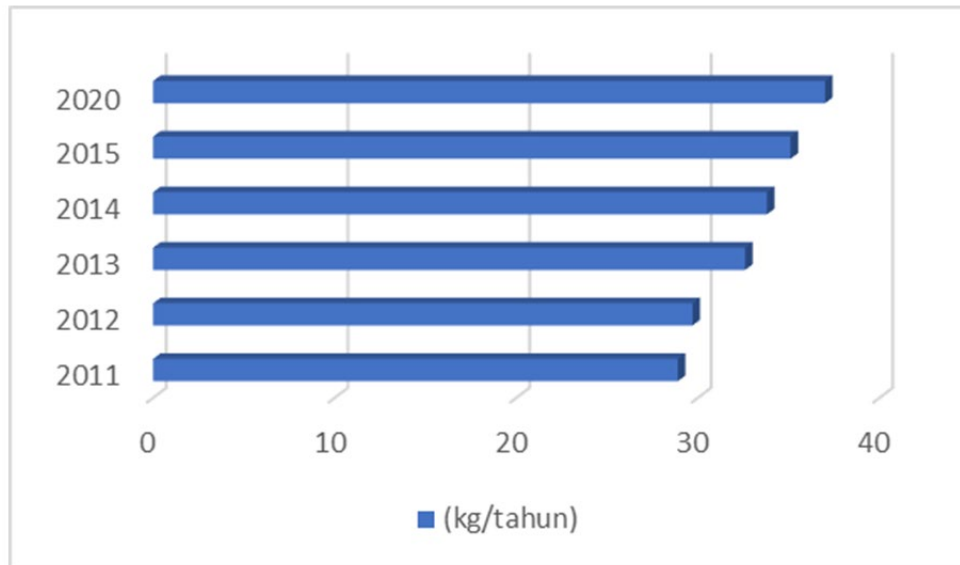
Indonesia adalah negara kepulauan yang terdiri dari 17.508 pulau (Lee et al., 2003), dengan garis pantai sekitar 54.556 km (Lamoureux, 2003). Ditambah dengan iklim tropis yang hangat sepanjang tahun, potensi untuk budidaya sangat luas. Bahkan ketika negara ini hanya menggunakan 7,38% dari total area potensial untuk budidaya, ia sudah menempati peringkat di antara negara-negara paling produktif dalam produksi akuakultur (Rimmer et al., 2013). Seperti yang ditunjukkan Gambar 1, produksi Indonesia pada 2014 hanya tertinggal di belakang Tiongkok dan sedikit di depan India (OECD-FAO, 2015). Ini lebih luar biasa mengingat bahwa lebih dari 80% usaha perikanan Indonesia pada tahun 2014 masih merupakan usaha rumah tangga tradisional dan



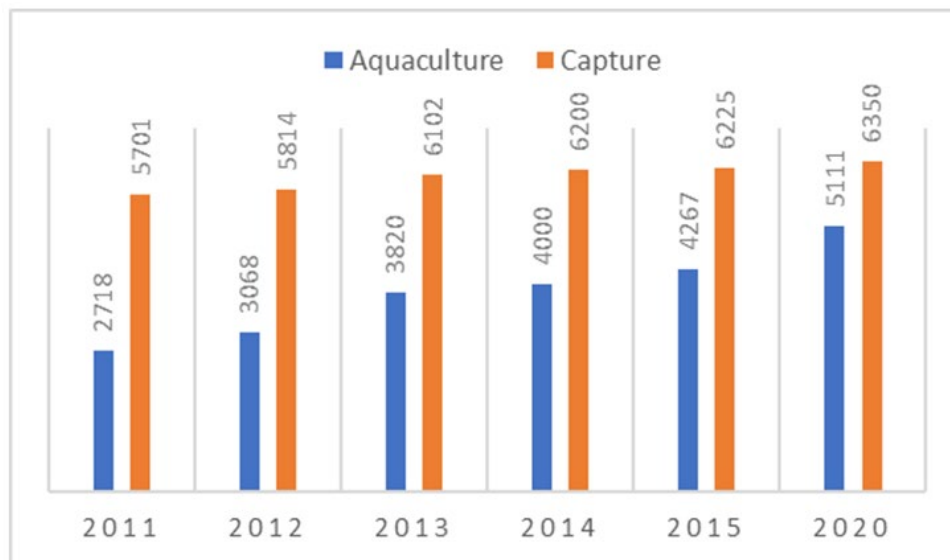
Gambar 1. Negara penghasil ikan terbesar (dalam ribuan ton) pada tahun 2014.

nelayan, menggunakan teknologi minimal (OECD-FAO, 2015).

Penggerak pertumbuhan utama untuk perikanan Indonesia adalah kenyataan bahwa komoditas utama seperti ikan dan udang masing-masing terus menikmati



Gambar 2. Konsumsi Ikan Indonesia per kapita (kg / tahun).



Gambar 3. Produksi Tangkapan vs Akuakultur (dalam ribuan ton).

permintaan yang kuat di dalam dan luar negeri. Faktor domestik utama adalah kenyataan bahwa negara kepulauan lebih dari 250 juta orang adalah konsumen utama ikan. Konsumsi ikan per kapita diperkirakan 33,76 kg/ tahun pada 2014 (OECD-FAO, 2015). Seperti yang ditunjukkan Gambar 2, volume konsumsi ikan terus meningkat dari 2011 hingga 2014 di 5,35% per tahun. Meski begitu, diharapkan bahwa tren pertumbuhan akan melambat menjadi 1,06% dari 2015-2020 karena permintaan domestik per kapita mencapai kejenuhan (OECD-FAO, 2015). Faktanya, tingkat konsumsi ikan di Indonesia masih lebih rendah dibanding negara-negara tetangga. Misalnya, Singapura mencapai 80 kg per kapita per tahun. Malaysia 70 kg per kapita per tahun, dan Jepang 100 kg per kapita per tahun (OECD-FAO, 2015).

Hal ini tentunya sangat disayangkan karena salah satu zat gizi yang amat penting bagi pertumbuhan, kesehatan,

dan kecerdasan adalah protein. Dan sumber makanan yang mengandung banyak sekali protein adalah ikan, yang begitu amat melimpah sebagai salah satu potensi kekayaan alam Indonesia. Selain kaya akan protein, ikan pun mengandung asam lemak esensial omega-3 jenis DHA (docosahexaenoic acid) yang amat baik bagi kesehatan sebab berkemampuan untuk mengurangi resiko penyakit jantung, mencegah peningkatan tekanan darah, menghambat proses kepikunan termasuk alzheimer, serta mampu menekan risiko penyakit- penyakit autoimun dan masalah emosional (Swanson et al., 2012).

Sementara kurangnya asupan omega-3 DHA pada seseorang, termasuk pada balita, kerap terkait dengan disfungsi otak, penyakit mental, rendahnya IQ, dan naiknya risiko cacat mental. Dikatakan sebuah otak bekerja dengan baik, apabila persambungan sinaptik dan proses pengantaran pesan di dalam otak berlangsung

lancar. Semakin banyak dan kompleks koneksi yang mampu tercipta secara aktual antara dendrit dari neuron yang satu dengan akson dari neuron yang lain di dalam otak anak, yang mana hal itu terbentuk melalui rangsangan dan proses pembelajaran anak menggunakan segenap inderanya, yang juga sangat ditentukan oleh sokongan zat gizi terutama protein dan omega-3 DHA. Dengan kata lain, kualitas kecerdasan seorang anak itu tergantung pada semakin banyak dan kompleksnya koneksi sinaptik yang berhasil tercipta di dalam otaknya, disertai kecepatan pengantaran pesan antar neuron. Semua itu ditunjang oleh keberadaan zat-zat gizi yang bisa diperoleh lewat mengkonsumsi ikan.

Meskipun perikanan tangkap secara tradisional telah menjadi kontributor utama ikan dan makanan laut, seperti Gambar 3 menunjukkan pertumbuhan perikanan tangkap baru-baru ini jauh lebih lambat dibandingkan dengan budidaya. Meningkatkan minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan ini menjadi fokus yang jika berhasil direalisasikan akan memberikan setidaknya dua dampak positif sekaligus. Yang pertama, peningkatan kualitas asupan gizi masyarakat, dan yang kedua, bertumbuhnya perekonomian nelayan kecil dan usaha kuliner ikan.

Konsep utama kegiatan ini adalah dengan memberikan sosialisasi bagi kelompok wanita dalam bentuk seminar daring yang meliputi tiga aspek yaitu:

- a. Metode pengolahan ikan
- b. Metode peningkatan daya jual dengan menerapkan strategi branding dan marketing
- c. Metode pengelolaan usaha hasil olahan ikan

POTENSI PENGOLAHAN PRODUK IKAN

Potensi Perikanan Daerah

Sebelum membahas mengenai produk ikan, hal pertama yang harus menjadi pertimbangan adalah potensi ikan apa saja yang tersedia di daerah masing-masing. Potensi hasil perikanan merupakan produk dengan nilai gizi tinggi, protein tinggi, sumber lemak istimewa yaitu lemak tidak jenuh dan kaya akan omega-3, mineral dan vitamin. Ditambah lagi, dengan memanfaatkan potensi daerah, produk yang dihasilkan nantinya akan memiliki kekhususan atau menjadi ciri khas. Hal ini akan berpengaruh pada pertimbangan berikutnya, yaitu peluang pasar. Peluang kita dalam mengembangkan perikanan di Indonesia sangat besar karena memiliki luas wilayah perairan 6,32 juta km² dan memiliki 81.000 km garis pantai.

Diversifikasi Produk Olahan Ikan

Peluang besar usaha di sektor perikanan selain karena ikan sendiri memiliki banyak manfaat didalamnya, juga terdapat faktor-faktor pendukung antara lain, didasari dari kondisi masyarakat yang lebih cenderung memilih makanan enak dan sehat. Lalu terdapat kecenderungan sebagian orang yang tidak menyukai makan ikan dalam

bentuk utuh melainkan dalam bentuk olahan dan bahkan di masyarakat kita juga terdapat tren menyukai makanan siap saji. Saat ini akses pemasaran melalui internet dan media sosial juga semakin terbuka, disertai dukungan pemerintah terhadap UMKM semakin mendukung peluang usaha.

Potensi dan peluang yang ada memberikan diversifikasi atau penganekaragaman olahan hasil perikanan dan memasyarakatkan hasil perikanan yang selama ini umumnya diolah secara langsung. Diversifikasi produk perikanan dari bahan baku yang utuh kemudian diproses menjadi bahan baku yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi. Untuk itu perlu adanya pemahaman akan teknik pengolahan hasil perikanan baik secara tradisional maupun secara modern. Dari proses pengolahan tersebut diharapkan munculnya peluang berikutnya bagi masyarakat yaitu penganekaragaman produk bernilai tambah.

Jenis-jenis pengolahan ikan tradisional yang dapat diterapkan antara lain:

1. Penggaraman
2. Pengeringan
3. Pemindangan
4. Pengasapan
5. Fermentasi

BRANDING DAN MARKETING PRODUK OLAHAN IKAN

Setelah sebelumnya dipahami mengenai potensi perikanan daerah dan produk apa saja yang dapat dihasilkan baik dengan metode pengolahan tradisional maupun modern, Langkah berikutnya adalah memahami bagaimana metode branding dan marketing yang sesuai dengan kondisi konsumen kekinian. Produk yang sama namun dibungkus dan dipasarkan dengan metode yang berbeda juga akan memberikan dampak yang berbeda pula pada penjualannya. Pertama, terkait branding produk, ada empat aspek yang harus diperhatikan:

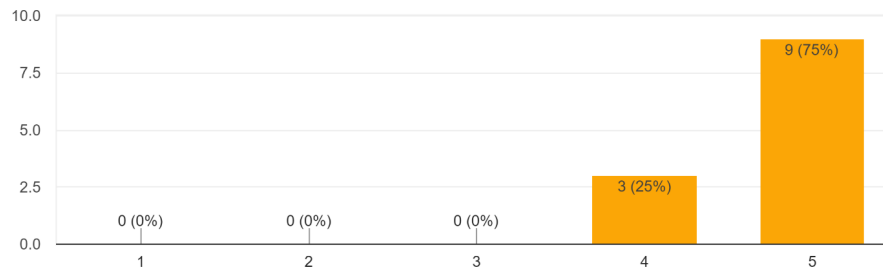
Produk

Dalam mengembangkan produk olahan ikan setidaknya ada tiga hal yang menjadi ukuran kepuasan bagi konsumen yaitu nama (merk atau brand), harga, rasa dan keamanan produk. Identitas produk dalam bentuk Merk atau brand dapat berasal dari perorangan maupun kelompok. Penamaan berdasarkan kelompok usaha dapat meningkatkan peluang untuk memperoleh bantuan modal usaha dari pemerintah, seperti Dinas Perikanan dan Disperindag.

Untuk menarik minat pembeli, harga produk dicantumkan dan bahkan dapat disertai dengan penawaran harga khusus, misal untuk paket atau bundling. Lalu untuk menumbuhkan kepercayaan pembeli terhadap rasa dan kualitas produk, komposisi bahan dan hasil tes produk dari Dinas Kesehatan serta nomor sertifikat BPPOM.

Apakah pelatihan yang diberikan sesuai harapan Anda?

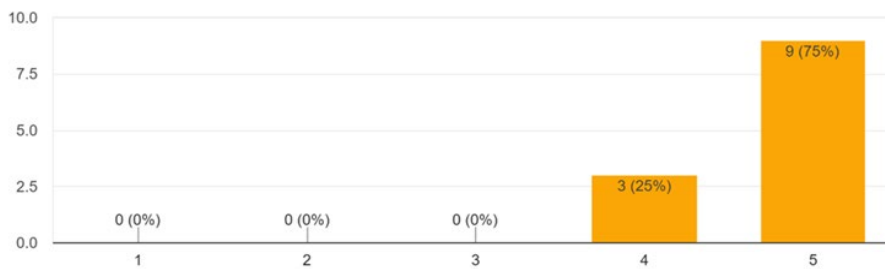
12 responses



Gambar 4. Pendapat peserta mengenai pelaksanaan pelatihan

Bagaimana kualitas materi pelatihan menurut Anda?

12 responses



Gambar 5. Pendapat peserta mengenai kualitas materi pelatihan.

Sasaran Pasar

Target konsumen setidaknya dipilah menjadi dua kategori. Pertama, kategori usia dimana konsumen dapat dipetakan lagi misalnya, balita, remaja, orang tua atau semua kalangan. Sedangkan kategori kedua yaitu kelas ekonomi, seperti menengah ke bawah, menengah ke atas, atau semua kalangan. Menetapkan sasaran yang tepat sangat penting kaitannya dengan aspek berikutnya, yaitu kemasan.

Kemasan

Setelah menetapkan sasaran pasar, kemasan atau packaging yang tepat dapat didesain, sehingga untuk produk yang sama bisa jadi ada beberapa jenis pengemasan untuk target dan harga yang berbeda juga tentunya. Kemasan yang akan digunakan sebagai syarat membuat PIRT yang didalamnya harus ada nama produk, diproduksi oleh, komposisi, berat bersih dan tabel tanggal kadaluarsa.

Area Jangkauan Pasar

Aspek keempat adalah area jangkauan pasar yang mencakup lokal dan luar kota dengan mengkondisikan kemasan atau packaging yang aman sehingga barang sampai ke tangan konsumen dalam keadaan bagus. Untuk area pasar yang luas, produsen juga dapat memanfaatkan reseller atau distributor untuk menjangkau sampai ke daerah – daerah.

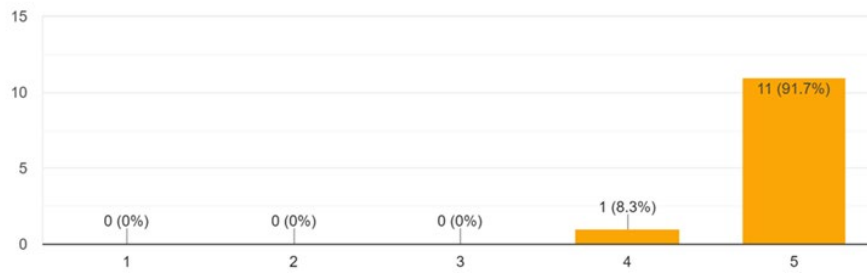
Marketing atau pemasaran mencakup bagaimana metode penjualan produk olahan ikan tersebut kepada

konsumen. Adapun sebagai pelaku usaha baru hendaknya membuka dan menjaga pasar baik secara offline maupun online. Membuka pasar secara offline dilakukan dengan membuka toko fisik dengan strategi kuadran ataupun dapat dengan cara menitipkan produk di pusat oleh-oleh. Sementara cara online pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial khusus produk ataupun menggunakan market place seperti shopee, tokopedia, dan lain-lain. Di masa daring seperti saat ini, terlebih dengan kondisi pembatasan skala besar akibat pandemic, metode pemasaran melalui market place memberikan peluang yang sangat besar dan mudah. Biaya yang dikeluarkan pun relatif kecil karena tidak mengharuskan adanya toko fisik. Sedangkan pemasaran melalui media sosial dapat menjangkau konsumen pada lingkup komunitas tertentu.

PENDIRIAN DAN PENGELOLAAN LEMBAGA USAHA PRODUK OLAHAN IKAN

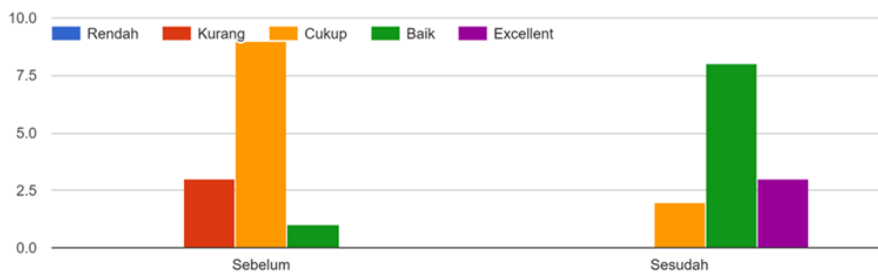
Untuk meluncurkan produk hasil olahan ikan pada skala yang lebih luas, hal berikutnya yang harus dipahami adalah mengenai pendirian, pengelolaan dan evaluasi badan usaha agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Hal pertama yang perlu disoroti adalah perubahan cara berpikir atau mindset menuju design thinking dan business model canvas. Cara membangun dan mengelola industri harus memperhatikan perubahan pre-industrial ke industrial dan berlanjut ke post-industrial. Selain itu adanya perubahan transformasi digital yang mengguncang dunia dan menjadikan tantangan pembangunan ke depan

Bagaimana kualitas narasumber pelatihan menurut Anda?
12 responses



Gambar 6. Pendapat peserta mengenai kualitas narasumber pelatihan.

Peningkatan skill/pengetahuan yang Anda rasakan sebelum dan setelah mengikuti pelatihan?



Gambar 7. Pendapat peserta mengenai peningkatan skill/pengetahuan sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan

menuju revolusi industri 4.0 serta disrupsi pasar kerja juga harus dipertimbangkan.

Disrupsi lapangan kerja akibat transformasi digital memberikan gambaran pada industri perikanan dan pertanian yang sangat menjanjikan untuk dijadikan lapangan pekerjaan dimasa depan. Sementara pada saat ini keadaan tidak dapat diprediksikan oleh karena itu diperlukan mindset dan skills untuk bertahan di era ini. Tren perubahan pada saat ini sudah tidak lagi berupa kompetisi produk namun lebih fokus pada penciptaan nilai dan inovasi.

Strategi dalam membangun dan mengelola bisnis, yang pertama adalah design thinking sebagai metodologi untuk memecahkan suatu permasalahan dalam berbisnis dengan melihat berbagai aspek dari akar permasalahannya. Proses berpikir baru seperti ko-kreasi, kolaborasi, refleksi, analisis, riset dan membangun kesadaran akan menimbulkan solusi yang lebih baik. Adapun beberapa kunci dalam design thinking yaitu fokus pada manusia, kolaborasi, experimental, iterative, dan empati.

Di abad ke-21 ini empati merupakan kemampuan yang sangat penting, karena dalam pembuatan produk, produsen harus mempertimbangkan keinginan konsumen sehingga dihasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam perjalanan membuat produk pastinya muncul masalah, untuk itu perlu adanya penyelesaian dengan menggunakan design thinking sebagai solusi yang tepat untuk berbisnis.

DAMPAK KEGIATAN TERHADAP MASYARAKAT

Setelah menyelesaikan serangkaian kegiatan webinar pelatihan dan praktik pengolahan ikan, tim pengabdian melakukan survey untuk mengetahui seberapa besar manfaat dan dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4, 75% peserta menyatakan bahwa kegiatan Abdimas ini telah sesuai dengan ekspektasi atau harapan.

Dalam rangka mengevaluasi kualitas dan kebermanfaatannya materi yang telah diberikan, Tim Pengabdian juga melakukan survey pendapat peserta mengenai kualitas materi pelatihan yang telah disampaikan dimana 75% peserta menyatakan bahwa kualitas materi sangat baik (skala 5 dari 5) dan 25% peserta menyatakan bahwa materi baik (skala 4 dari 5) sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 5.

Berikutnya, kami juga melakukan pengambilan pendapat mengenai kualitas narasumber yang menyajikan materi pada ketiga pelatihan. Pada Gambar 6 dapat dilihat bahwa 91,7% peserta menyetujui bahwa kualitas narasumber sangat baik (skala 5 dari 5) dan 8,3% menyatakan bahwa kualitas narasumber baik (skala 4 dari 5).

Selanjutnya, untuk mengetahui dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini utamanya pada skill dan pengetahuan peserta, kami melakukan survey

peningkatan skill/pengetahuan sebelum dan setelah mengikuti pelatihan. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7, 23% peserta merasakan dampak yang signifikan terhadap peningkatan skill/pengetahuan sehingga mencapai level excellent. Sekitar 61% peserta merasakan peningkatan skill/pengetahuan menjadi baik setelah mengikuti pelatihan. Selebihnya, 16% peserta merasakan dampak peningkatan skill/pengetahuan sehingga mencapai level cukup.

KESIMPULAN

Dengan terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan komunitas binaan kini mampu meningkatkan keterampilan membuat produk olahan laut sehingga daya jualnya dapat ditingkatkan, mampu memasarkan dan mampu mengelolanya dalam bentuk badan usaha atau UMKM. Dampaknya secara luas ke masyarakat adalah dapat meningkatkan kegemaran mengkonsumsi ikan dalam rangka meningkatkan gizi dan kecerdasannya. Sehingga pada akhirnya memberikan dampak kepada masyarakat Indonesia secara luas melalui pemanfaatan kekayaan laut Indonesia untuk kesejahteraan rakyat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini didukung oleh Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Lamoureux, F. (2003). *Indonesia: A Global Studies Handbook (Global Studies - Asia)*. ABC-CLIO.
- Lee, W. H. K., Jennings, P., Kisslinger, C., & Kanamori, H. (2003). *International Handbook of Earthquake & Engineering Seismology, Part A (Volume 81A) (International Geophysics, Volume 81A) 1st Edition*. Academic Press. <https://www.amazon.com/International-Earthquake-Engineering-Seismology-Geophysics/dp/0124406521>
- OECD-FAO. (2015). *Agricultural Outlook 2015*. OECD iLibrary. https://doi.org/https://doi.org/10.1787/agr_outlook-2015-en
- Rimmer, M. A., Sugama, K., Rakhmawati, D., Rofiq, R., & Habgood, R. H. (2013). A review and SWOT analysis of aquaculture development in Indonesia. *Reviews in Aquaculture*, 5(4), 255–279. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/raq.12017>
- Swanson, D., Block, R., & Mousa, S. A. (2012). Omega-3 fatty acids EPA and DHA: health benefits throughout life. *Advances in Nutrition*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/Skip Nav Destination Article Navigation Omega-3 Fatty Acids EPA and DHA: Health Benefits Throughout Life Danielle Swanson, Robert Block, Shaker A. Mousa Author Notes Advances in Nutrition, Volume 3, Issue 1, January 2012, Pages 1–7, https://doi.org/10.3945/an.111.000893>