

Scale-Up Produk Ikan Asin “Yulia Bahari” Berbasis E-Commerce *Scale-Up of Yulia Bahari Salt Fish Product Based on E-Commerce*

Fika Dewi Pratiwi^{1*}, Ayu Wulandari², Rufti Puji Astuti³

¹Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Universitas Bangka Belitung

²Program Studi Ekonomi, Universitas Bangka Belitung

³Program Studi Agribisnis, Universitas Bangka Belitung

Abstract

Yulia Bahari is one of the micro, small and medium enterprises (MSME) that produces salt fish with permission from the village head of Rebo. Production of salt fish in Rebo village, Bangka Regency, Bangka Belitung Islands Province determined by the availability of raw material such as fish and salt. Its also depends on weather and market condition. Regarding the recent observation, the distribution of salt fish in the market faced some problems because of the corona pandemic. For that reason, an empowerment program aimed to help the existence and scale-up in salt fish production of Yulia Bahari. The empowerment program followed by monitoring and evaluation was conducted successfully in July 2021. The socialisation of the business license gives insight to the owner about PIRT and SKP. It also motivates the owner to own that permit that could improve the salt fish quality product. Moreover, assistance in using e-commerce is expected to overcome sales constraints during the pandemic and expand market segments.

Keywords: salt fish, improve, sell, product

Abstrak

Yulia Bahari merupakan salah satu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang memproduksi ikan asin dengan izin dari kepala desa Rebo. Produksi ikan asin di Desa Rebo, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ditentukan oleh ketersediaan bahan baku berupa ikan dan garam. Hal tersebut juga tergantung pada cuaca dan kondisi pasar. Berdasarkan hasil observasi, pendistribusian ikan asin di pasar menghadapi beberapa kendala akibat pandemi corona. Untuk itu, program pemberdayaan bertujuan untuk membantu eksistensi dan peningkatan produksi ikan asin Yulia Bahari. Program pemberdayaan yang dilanjutkan dengan monitoring dan evaluasi telah dilakukan pada Juli 2021. Sosialisasi izin usaha memberikan wawasan kepada pemilik tentang PIRT dan SKP. Hal ini juga memotivasi pemilik untuk memiliki izin yang dapat meningkatkan kualitas produk ikan asin. Selain itu, bantuan penggunaan e-commerce diharapkan dapat mengatasi kendala penjualan di masa pandemi dan memperluas segmen pasar.

Kata Kunci: ikan asin, peningkatan, penjualan, produk

*Korespondensi:

Fika Dewi Pratiwi, email: fikapratiwi.12@gmail.com



This is an open access article under the CC-BY license

PENDAHULUAN

Sektor perikanan merupakan salah satu sektor unggulan di wilayah pesisir desa Rebo, Kecamatan Sungailiat, Kabupaten Bangka. Mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai nelayan (Badan Pusat Statistik, 2017). Usaha yang dilakukan oleh nelayan desa Rebo, salah satunya adalah mengolah ikan asin. Ikan asin adalah produk olahan ikan yang mengalami proses pengawetan dengan cara pengasinan (Suryanti *et al.*, 2017). Di desa Rebo, terdapat beberapa orang yang menekuni usaha ikan asin (Bappeda, 2021) dan usaha tersebut telah mendapatkan dukungan dari pemerintah maupun dari pihak swasta untuk dapat dikembangkan.

Yulia Bahari merupakan UKM milik ibu Daeng Tanyala yang mulai memproduksi ikan asin di desa Rebo sejak tahun 2009. UKM tersebut baru memiliki izin dari kepala desa untuk memproduksi ikan asin. Kapasitas produksi ikan asin yang dihasilkan biasanya mencapai dua sampai dengan empat ton sekali produksi, dengan jenis ikan ciu, teri, tamban, laisi dan cumi kecil. Pemasaran yang biasa dilakukan adalah secara langsung ke pasar lokal atau dikirim ke luar daerah seperti kota Jakarta, Bogor dan Palembang. Usaha tersebut sangat dipengaruhi ketersediaan bahan baku ikan, ketersediaan garam, maupun kondisi cuaca serta kondisi pasar.

Sekarang ini, usaha ikan asin “Yulia Bahari” merupakan salah satu UKM yang terdampak adanya pandemi Corona. Terdapat beberapa kebijakan pemerintah seperti *Lock Down*, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), *social distancing* sampai dengan himbauan *stay at home* untuk memutus penyebaran virus corona (Mona, 2020; Yunus dan Rezki, 2020). Situasi tersebut berdampak pada berkurangnya daya beli konsumen terhadap sejumlah produk yang dipasarkan secara *offline*, termasuk produk ikan asin “Yulia Bahari”. Apabila hal tersebut tidak dapat diatasi maka dapat mengancam keberlangsungan usaha ikan asin yang dilakukan. Oleh karena itu, program pemberdayaan masyarakat sangat diperlukan untuk membangkitkan usaha ikan asin di tengah pandemi corona. Program yang direncanakan adalah peningkatan kualitas mutu ikan asin melalui *scale up* produk ikan asin berbasis *e-commerce*.

Program tersebut dilakukan dengan pendekatan metode sosialisasi dan pendampingan disertai partisipasi aktif mitra. Kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah sosialisasi mengenai izin P-IRT dan SKP (sertifikat kelayakan pengolahan) oleh pakar/narasumber dari dinas terkait karena mitra hanya memiliki izin produksi dari kepala desa Rebo untuk memproduksi ikan asin. Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan pembuatan dan pemanfaatan *e-commerce* untuk mempersingkat mata rantai penjualan produk ikan asin. Program pemberdayaan diharapkan dapat mendukung eksistensi mitra dalam memproduksi ikan asin serta menyelamatkan dan memperbaiki ekonomi para pekerjanya di tengah pandemi sekarang ini. Hal tersebut secara tidak langsung mendukung perbaikan atau pemulihan ekonomi nasional pada saat masa pandemi corona.

METODE

Tahapan pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dimaksud dalam hal ini adalah meminta kesediaan pemilik usaha ikan asin “Yulia Bahari” untuk menjadi mitra program dan menyampaikan tujuan serta rangkaian program yang akan dilaksanakan. Pada tahap persiapan ini juga dibahas mengenai waktu pelaksanaan kepada mitra. Tahap persiapan ini akan menunjukkan tingkat kesiapan maupun tingkat motivasi mitra dalam kegiatan program pemberdayaan untuk dapat *menscale up* produk ikan asin yang dihasilkan dengan berbasis *e-commerce*. Hal lain yang perlu dipersiapkan selain kesediaan mitra yaitu mengenai kesediaan narasumber yang akan melakukan penyuluhan dan pendampingan kepada mitra, serta memastikan kebutuhan alat dan bahan yang dibutuhkan untuk kesuksesan program yang akan dilaksanakan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yang dimaksud terdiri dari beberapa kegiatan yaitu:

Sosialisasi P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan SKP (Sertifikat Kelayakan Pengolahan)

Usaha ikan asin yang ditekuni oleh Ibu Daeng Tanyala telah memperoleh izin dari desa dalam memproduksi ikan asin. Namun, usaha tersebut belum mendapatkan izin P-IRT. Oleh karena itu, akan dilakukan sosialisasi terhadap mitra mengenai prosedur dalam memperoleh P-IRT. Izin P-IRT dapat diberikan kepada pengusaha yang telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan tertentu dari produk ikan asin yang dihasilkan. P-IRT juga berfungsi sebagai izin edar secara legal produk ikan asin di pasar, sehingga dapat didistribusikan ke pasar secara luas. Untuk SKP (Sertifikat kelayakan pengolahan), merupakan dokumen yang diperoleh pengusaha atau pengolah ikan yang telah menerapkan *Good Manufacturing Practices (GMP)* dan *Sanitation Standard Operating Procedure (SSOP)*. Sosialisasi dalam memperoleh SKP dilakukan sesuai dengan Permen KP No.72 tahun 2016 tentang Persyaratan dan Tata Cara Penerbitan SKP [8]. Sosialisasi izin P-IRT yang diselenggarakan oleh tim dosen pengabdian dengan mendatangkan narasumber pakar dari Dinas Kesehatan Kabupaten Bangka yang diwakili oleh pegawai UPTD. Puskesmas Kenanga, Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka, sedangkan sosialisasi SKP mendatangkan narasumber dari UPTD LPPMHP (Laboratorium Pengendalian dan Pengujian Mutu Hasil Perikanan) Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Pendampingan Pembuatan dan pemanfaatan e-commerce

Pendampingan pembuatan dan pemanfaatan *e-commerce* berupa *website company profile* diperlukan oleh mitra. Selama ini mitra biasanya memasarkan produk ikan asin di pasar lokal secara langsung atau *offline*, serta memasarkannya di pasar luar daerah seperti kota Jakarta, kota Bogor dan kota Palembang. Mitra belum melakukan penetrasi pasar ke luar negeri dalam memasarkan produknya. Perbaikan strategi pemasaran, perluasan segmen serta *branding awareness* produk ikan asin dapat dilakukan dengan memanfaatkan *website company profile* untuk produk ikan asin yang dihasilkan oleh mitra. Untuk proses pembuatan website, mitra akan didampingi

untuk pemilihan nama domain agar sesuai dengan karakteristik produk untuk menumbuhkan *trust* konsumen. Mitra juga didampingi dalam pembelian paket hosting dan desain website yang sesuai dengan keperluan mitra. Mitra juga akan didampingi untuk memanfaatkan website tersebut. Hal tersebut akan dapat menjaga eksistensi mitra dalam memproduksi dan memasarkan produk ikan asin di tengah masa pandemi corona.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir dari program ini adalah tahap monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program yang dilaksanakan. Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung dan setelahnya. Evaluasi dilakukan dengan cara wawancara kepada mitra mengenai persepsi mitra terkait manfaat yang dirasakan, persepsi terkait kekurangan pelaksanaan program, serta persepsi perlu atau tidaknya keberlanjutan program. Hasil monitoring dan evaluasi yang didapatkan akan memberikan gambaran mengenai tingkat keberhasilan program yang dilaksanakan serta memberikan saran masukan terhadap program yang mungkin bisa dilanjutkan ke depan agar lebih baik dari pada sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat pesisir desa Rebo, Kabupaten Bangka, sebagian besar bermata pencaharian sebagai nelayan, selain itu terdapat pengusaha pengolah produk perikanan yang berasal dari tangkapan nelayan. Produk perikanan yang dihasilkan diantaranya adalah ikan asin. Yulia Bahari merupakan mitra dalam kegiatan pengabdian, sebagai UKM penghasil ikan asin yang telah cukup lama mengoperasikan usahanya mulai tahun 2000an. Usaha tersebut milik Ibu Daeng Tanyala yang merupakan warga setempat. Ikan asin yang dihasilkan cukup beraneka ragam tergantung dari hasil tangkapan nelayan yang melimpah. Ikan tersebut diantaranya adalah ikan asin cumi, ikan asin teri, ikan asin ciu, ikan asin tamban (Gambar 1).

Usaha yang ditekuni oleh mitra belum mendapatkan izin PIRT dan SKP. Padahal izin tersebut sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan volume penjualan serta memperluas segmentasi pasar. Prinsipnya PIRT sesuai dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomer 22 Tahun 2018 dapat berfungsi sebagai ijin edar produk dengan menjamin produk ikan asin yang dihasilkan aman dikonsumsi sehingga dapat diperoleh *trust* atau kepercayaan dari konsumen (Epriliyana, 2019). Untuk SKP dapat berfungsi sebagai jaminan keamanan pangan sekaligus dapat memungkinkan mitra untuk mengedarkan produknya sampai ke manca negara atau dengan kata lain merambah ke pasar internasional (Menteri Kelautan dan Perikanan, 2016). Selain belum memiliki izin, mitra masih melakukan penjualan produk secara konvensional yaitu penjual dan pembeli bertemu langsung di pasar. Mitra belum memanfaatkan e-commerce untuk penjualan produk yang dihasilkan. Oleh karena itu kegiatan pengabdian akan melakukan sosialisasi disertai pendampingan untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra.



Gambar 1. Produk Ikan Asin Yulia Bahari

Kegiatan sosialisasi PIRT dan SKP merupakan kegiatan awal pengabdian yang dilakukan oleh tim dosen pengabdian dengan mendatangkan pakar atau narasumber ahli dari dinas-dinas terkait (Gambar 2). Narasumber PIRT merupakan tenaga kesehatan yang berasal dari UPTD Puskesmas Kenanga, Kecamatan Sungailiat, Kabupaten Bangka, sedangkan narasumber SKP berasal dari UPTD. LPPMHP Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kegiatan sosialisasi tersebut berlangsung dengan lancar, dan setelahnya mitra diwawancarai seputar kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan tersebut.



Gambar 2. Sosialisasi PIRT dan SKP

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, maka dapat diketahui dari tabel hasil wawancara (Tabel 1) bahwa mitra sebelumnya belum pernah mendapatkan sosialisasi mengenai SKP maupun PIRT, sehingga belum memahami prosedur maupun manfaat pengurusan SKP dan PIRT. Mitra menyatakan bahwa sosialisasi yang telah dilakukan memberikan wawasan kepada mitra mengenai prosedur pengurusan SKP dan PIRT maupun manfaat dari kepemilikan SKP dan PIRT tersebut.

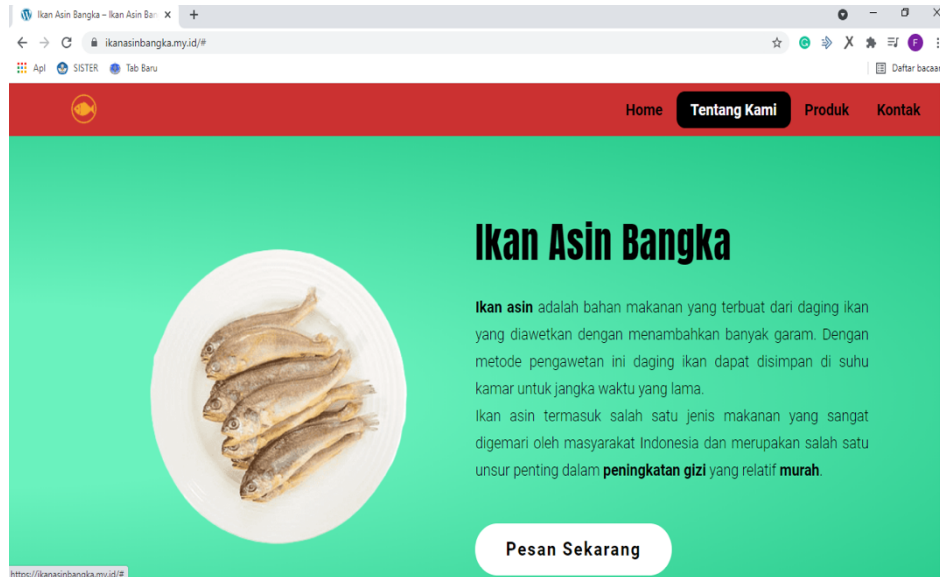
Tabel 1. Tabel hasil wawancara dengan mitra Yulia Bahari

Variabel	Respon mitra
Pengetahuan Mitra terhadap PIRT dan SKP sebelum sosialisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra belum mengetahui tentang PIRT dan SKP • Mitra belum pernah mendapat PIRT dan sosialisasi SKP • Mitra belum mengetahui prosedur pengurusan PIRT dan SKP • Mitra belum mengetahui manfaat PIRT dan SKP
Pengetahuan Mitra terhadap PIRT dan SKP setelah sosialisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra memiliki wawasan mengenai prosedur pengurusan PIRT dan SKP • Mitra memiliki wawasan mengenai mengetahui manfaat PIRT dan SKP
Minat Mitra terhadap pengurusan PIRT	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra minat untuk mengurus PIRT • Alasan semua dokumen persyaratan dimiliki oleh mitra, biaya pengurusan lebih terjangkau dan pengurusan lebih mudah, dan terdapat kesiapan lokasi produksi
Minat Mitra terhadap pengurusan SKP	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra minat mengurus SKP namun belum siap • Alasan : Semua dokumen persyaratan belum tersedia oleh mitra, pengurusan lebih rumit, dan belum ada kesiapan lokasi produksi mitra untuk divisitasi oleh pengawas dari LPPMHP dan perlu pendampingan lebih lanjut.
Keberlanjutan program pengabdian masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Mitra menginginkan keberlanjutan program dan setuju apabila didampingi dalam pembuatan rumah jemur ikan asin yang lebih higienis

Sumber: Data primer, 2021

Kegiatan pengabdian selanjutnya adalah pengenalan *e-commerce* dan pendampingan pembuatan website company profile untuk mitra. Harsono (2011) menyampaikan bahwa sekarang ini, internet dapat membawa perubahan dalam suatu bisnis yang dijalankan, dimana praktek marketing, pemasaran, atau jual beli dapat dilakukan secara elektronik tanpa harus bertemu langsung di tempat. Website company profile tersebut telah dibuat (Gambar 3), dengan harapan bisa membantu meningkatkan volume penjualan dan memperluas segmen pasar, selain itu harapannya mitra tidak akan terkendala dalam penjualan pada saat ada pembatasan aktivitas pada saat pandemi corona 19. Sekarang ini, telah banyak website *e-commerce* yang berkembang dan

sangat membantu penjualan para pelaku usahanya. Website aruna.id, merupakan website yang fokus pada industri perikanan dan kelautan, telah banyak membantu masyarakat nelayan dalam penjualan hasil sumberdaya perikanan serta menghasilkan makanan dari laut dengan mutu yang terjamin kualitasnya (BRIN, 2020). Website lainnya yaitu (Fixbox, 2021) melalui laman <https://www.fishbox.id> yang juga menjual produk perikanan yang sudah tersertifikasi dan terjamin kualitasnya.



Gambar 3. Website company profile (<https://ikanasinbangka.my.id>)

Dua kegiatan pengabdian berupa sosialisasi PIRT dan SKP serta pengenalan dan pendampingan pembuatan website *e-commerce* telah berlangsung dengan baik dan lancar. Keberlanjutan program pengabdian masyarakat sangat diharapkan oleh mitra untuk keberlanjutan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara, mitra membutuhkan pendampingan untuk pembuatan rumah jemur ikan asin, dengan tujuan untuk meminimalisir adanya kontaminan pada saat penjemuran ikan asin. Kualitas ikan asin yang baik salah satu indikatornya adalah bebas dari bahan pengawet serta bebas dari bahan kimia seperti insektisida untuk mengusir lalat atau serangga lainnya. Ikan asin yang terjamin mutunya lebih disukai konsumen dan dapat membantu pemenuhan gizi masyarakat. Hal tersebut dapat menjadikan permintaan akan ikan asin oleh konsumen meningkat dan membuka peluang para pengusaha ikan asin termasuk UKM Yulia Bahari untuk dapat meningkatkan volume penjualan secara online melalui website *e-commerce*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, dapat diperoleh simpulan bahwa sosialisasi PIRT dan SKP telah memberikan wawasan kepada mitra tentang pentingnya sanitasi dan higienitas produk ikan asin yang dihasilkan dan memberikan pengetahuan mengenai prosedur pengurusan PIRT maupun SKP kepada mitra sebagai produsen yang hanya memiliki surat izin kepala desa setempat. *Website company profile* yang telah dibuat dan dikenalkan kepada mitra dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan volume penjualan ikan asin dan dapat memperluas segmen pasar dibandingkan dengan pemasaran konvensional yang selama ini dilakukan. Keberlanjutan program pengabdian masyarakat dengan target mitra Yulia Bahari dapat dilakukan dengan pendampingan pembuatan rumah jemur ikan asin yang lebih higienis dan pendampingan pembuatan value added produk ikan asin Yulia Bahari agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan usahanya di tengah pandemi corona sekarang ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Universitas Bangka Belitung melalui LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) yang memberikan fasilitas berupa pendanaan skema PMTU tahun 2021 serta kelengkapan administrasi sehingga program pengabdian masyarakat dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada kepala desa Rebo yang mendukung adanya terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat yang merupakan bagian dari kegiatan tridharma perguruan tinggi dosen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda. 2021. DPRD dan Iskindo Dukung Babel Hasilkan Garam. <https://bappeda.babelprov.go.id/content/drd-dan-iskindo-dukung-babel-hasilkan-garam>
- BPOM [Badan Pengawas Obat dan Makanan]. 2018. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomer 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga
- BPS [Badan Busat Statistik]. 2017. Kecamatan Sungailiat dalam sngka 2017. BPS Kabupaten Bangka. pp.1-139. ISBN: 978-602-1023-59-4
- BRIN. 2020. "ARUNA" Flatform Bisnis Nelayan Masa Kini. (<https://www.brin.go.id>).
- Epriliyana NN. 2019. Urgensi ijin keamanan pangan (P-IRT) dalam upaya membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan jaringan pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. 5(1):21-31
- Fishbox. 2021. <https://www.fishbox.id>
- Harsono A. 2011. Understanding E-business & E-commerce and their relation to the conceptual framework of E-marketing: Case study. *Jurnal ilmiah sisfotenika*. 1(2).53-68

- Menteri Kelautan dan Perikanan. 2016. Peraturan Menteri Kelautan Dan Perikanan Nomer 72 tahun 2016 Tentang Persyaratan dan Tata Cara Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan
- Mona N. 2020. Konsep isolasi dalam jaringan sosial untuk meminimilasi efek contagious (Kasus penyebaran virus corona di Indonesia). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*. 2(2). P-ISSN 2622-1764 E-ISSN 2622-1152
- Suryanti, Riyadi PH, A'in C. 2017. Performa ikan 'SI DULANG' (Ikan asin khas Kedung Malang Jepara) pasca penerapan rak pengering ikan PEHI_LING. *JURNAL INFO*. 19(1).
- Yunus NR, Rezki A. 2020. Kebijakan pemberlakuan lockdown sebagai antisipasi penyebaran corona virus Covid-19. *SALAM. Jurnal Sosial & Budaya Syari FSH UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta* 7(3):227-238. DOI: 10.15408/sjsbs.v7i3.15083