

Penjualan Ikan Asin Merambah E-Commerce

Marista Oktaviani, Adhar Putra Setiawan, Samsul Hadi, Rosyidin Sulthoni Ramadhan

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

Email: maristaoktaviani@fe.um-surabaya.ac.id, adharputra.s@um-surabaya.ac.id, samsulhadi@fe.um-surabaya.ac.id, rosyidinramadhan09@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received April 31, 2023

Revised Mei 25, 2023

Accepted Mei 31, 2023

Kata Kunci:

Salted Fish, Innovation,
Digitalization, North Surabaya

Keywords:

Ikan Asin, Inovasi, Digitalisasi,
Surabaya Utara



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Marista Oktaviani,
Published by Penerbit dan Percetakan CV.
Picmotiv

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat dengan judul Penjualan Ikan Asin merambah e-commerce hasil dari pengabdian ini mengupas mengenai olahan ikan asin yang dapat meningkatkan perekonomian di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Tempat pengolahan ikan asin berada di kawasan Kenjeran Surabaya Utara hampir keseluruhan masyarakatnya berkerja sebagai nelayan. Peningkatan perekonomian salah satunya mengenalkan digitalisasi pada nelayan di Surabaya Utara dengan mengelola ikan asin, desain kemasan, mengenalkan e-commerce dan cara menjual ke konsumen dengan baik.

ABSTRACT

Community service with the title Salted Fish Sales penetrates e-commerce as a result of this service to explore processed salted fish which can improve the economy in the Surabaya area and its surroundings. The place for processing salted fish is in the Kenjeran area of North Surabaya, almost all of the people work as fishermen. Improving the economy, one of which is introducing digitalization to fishermen in North Surabaya by managing salted fish, packaging design, introducing e-commerce and how to sell to consumers properly.

Pendahuluan

Kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia, terkenal sebagai kota metropolitan dengan kehidupan social dan gedung perkantoran yang tinggi, Surabaya juga memiliki daerah pesisir atau perkampungan nelayan salah satunya yaitu daerah pesisir Nambangan Kedung Cowek, dimana masyarakat di daerah tersebut bekerja dengan menangkap ikan dilaut. Mayoritas pendapatan penduduk di kampung ini adalah dari hasil jual ikan hasil tangkapan mereka, ada sebagian yang langsung dijual adapula yang di keringkan terlebih dahulu menjadi ikan asin.

Ikan asin merupakan makanan khas masyarakat Indonesia. Hampir semua masyarakat pernah mengkonsumsi makanan yang terbuat dari ikan yang diasinkan dan kemudian melalui proses pengeringan (Wakiden et al., 2022). Pemerintah Indonesia telah menetapkan ikan asin sebagai salah satu dari sembilan bahan pokok masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa ikan asin tidak hanya digemari oleh masyarakat ekonomi kelas bawah, tetapi juga kelas menengah dan atas. Daya tarik ikan asin terutama terletak pada citarasa, aroma dan teksturnya yang khas. Ikan asin yang banyak dijual di pasar merupakan hasil produksi usaha mikro kecil menengah (UMKM). Jika proses pengolahan ikan asin tidak dilakukan dengan baik maka rentan mengalami pembusukan (Rosmadi, 2021).

Selama ini nelayan pesisir pantai kelurahan Kedungcowek, kecamatan Bulak, kota Surabaya Utara memanfaatkan potensi sumber daya dengan mengandalkan hasil

tangkapan laut. Tingginya permintaan pasar terhadap komoditas ikan asin tidak dibarengi dengan proses produksi yang masih mengandalkan pengeringan alami sehingga membuat banyak pengusaha ikan asin kering berupaya keras untuk memenuhi permintaan tersebut. Karena proses pengeringan ikan asin yang terbilang cukup rumit dan perlu waktu yang cukup lama harga jual ikan asin bisa dibilang tergolong murah dengan rata-rata 40rb/kg tergantung jenis ikannya ada yang hanya dijual 10rb/kg. Oleh sebab itu penulis ingin memberikan gagasan atau inovasi baru agar ikan asin tersebut dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi, agar penduduk yang hidup di daerah pesisir Nambangan dapat meningkatkan penghasilan mereka.

Penjualan ikan asin di Surabaya Utara masih kurang sentuhan inovasi, sehingga tingkat penjualannya rendah. Dosen serta Mahasiswa UMSurabaya melakukan pengabdian pada wilayah Kedung Cowek untuk mencari permasalahan mengenai rendahnya penjualan ikan asin. Munculnya permasalahan tersebut pengabdian dilakukan untuk meningkatkan perekonomian di wilayah tersebut. Digitalisasi dikenalkan pada masyarakat Kedung Cowek dengan tujuan meningkatkan penjualan olahan ikan asin. Sebagai pengguna sosial media yang aktif seringkali kita menemui banyak hal yang diiklankan, dari berbagai jenis produk. Di era yang serba digital ini memang sangat mudah untuk memasarkan produk melalui sosial media dan situs web, karena jangkauannya yang luas keseluruh pelosok dunia, oleh karena itu tim pengabdian juga ingin memperkenalkan digital marketing kepada warga Nambangan Kedung Cowek khususnya pelaku UMKM ikan asin sehingga dapat meningkatkan penjualan. Namun tidak lengkap rasanya jika hanya memperkenalkan digital marketing tanpa memberi inovasi produk yang dapat dijual atau dipasarkan. Oleh sebab itu tim pengabdian melakukan pengabdian dengan tujuan meningkatkan penjualan ikan asin melalui *e-commerce* khususnya daerah Kedung Cowek, Kecamatan Kenjeran, Surabaya Utara.

Metode Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan di wilayah Nambangan Kedung Cowek, Kecamatan Kenjeran, Kota Surabaya. Pengabdian masyarakat difokuskan pada pengelolaan ikan asin menjadi produk siap jual dan memiliki nilai ekonomi tinggi. Pengabdian ini dilakukan oleh tim pengabdian dimana dosen berkolaborasi dengan mahasiswa dan ibu-ibu PKK wilayah setempat.

Pengabdian kepada masyarakat kegiatan yang dilakukan:

1. Inovasi Produk Olahan Ikan Asin
Melakukan penyuluhan terkait pengelolaan ikan asin dari manfaat ikan asin, sampai praktek pembuatan olahan ikan asin (sambal, kripik, dll)
2. Perbaikan packing produk
Warga daerah Kedung Cowek, yang memiliki usaha didampingi untuk perancangan pengemasan yang baik, kedap udara, dan menarik
3. Sosialisasi digitalisasi pada UMKM
Melakukan sosialisasi ke warga yang telah memiliki usaha pengelolaan ikan asin, dengan membuat akun *e-commerce*.
4. Teknik Marketing yang baik
Pengenalan terkait dunia bisnis kepada warga, serta teknik penjualan yang baik sampai bagaimana teknik menarik konsumen.

Hasil dan Pembahasan

1. Inovasi Produk Olahan Ikan Asin

Daerah pesisir Nambangan Kedung Cowek adalah perkampungan yang memproduksi ikan asin untuk dijual ke pasar besar, dengan proses pembuatan ikan asin yang sangat panjang harga jual ikan asin tergolong murah karena hanya berkisar antara 10rb – 50rb/kg. Itulah sebabnya penulis berinovasi untuk mengajak penduduk warga Nambangan Kedung Cowek tersebut untuk membuat produk olahan ikan asin dalam kemasan untuk dijual, karena tentu saja harga jualnya akan lebih tinggi jika diubah menjadi produk olahan dibanding dengan menjual bentuk mentahnya saja. Sejauh ini penulis hanya berhasil membuat 3 produk baru sebagai olahan ikan asin diantaranya adalah ikan asin crispy yang banyak digemari sebagai camilan, ikan asin balado yang lebih cocok dijadikan sebagai lauk yang cocok disandingkan dengan nasi hangat, dan sambal goreng ikan asin yang manis gurih dengan perpaduan kering tempe dan kacang tanah.

Inovasi produk olahan ikan asin ini dikemas dengan standing pouch dan stiker yang unik untuk menarik minat pembeli, karena kemasan yang unik juga dapat menjadi daya tarik untuk pembeli. Tidak berhenti dipengenalan produk inovasi olahan ikan asin yang dapat mereka jual nantinya, saya sebagai penulis juga membuka kelas untuk mengajarkan pelaku UMKM ini belajar membuat desain untuk logo pada kemasan produk mereka.



2. Sosialisasi Packing Produk

Sosialisasi berkaitan dengan perbaikan pengemasan olahan ikan asin dilakukan oleh tim dengan mengumpulkan warga yang memiliki UMKM pengolahan ikan asin. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya

pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran). Di samping itu pengemasan berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan atau produk industri agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi (Mareta & A, 2011).

Tim melakukan peninjauan terkait model pengemasan, dimana Sebagian masyarakat hanya mengemas ikan asin melalui plastik biasa, atau hanya di bungkus kantong plastik. Adanya sosialisasi ini tim pengabdian merancang desain yang akan di tempel pada tempat pengemasan, selain itu tim juga mengenalkan bagaimana pengemasan yang baik menggunakan plastik vakum, atau tempat makan yang kedap udara.



3. Sosialisasi Digitalisasi pada UMKM

Digital Marketing berperan besar dalam kemajuan perekonomian, dengan adanya akses digital yang mempermudah penjual memasarkan produknya keseluruh pelosok negeri dan dapat dilihat oleh seluruh golongan masyarakat, hal ini sangat dapat membantu penjual maupun pembeli untuk melakukan transaksi jual beli (Oktaviani, 2021). Penjualan oleh melalui E-commerce merupakan aplikasi menggunakan vasilitas elektronik memuat pertukaran informasi melalui jaringan global tentang produk/layanan, transaksi jual dan beli. Adanya e-commerce mempermudah penjual dan konsumen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan bisa dipangkas (Syah & Helmiah, 2021).

Oleh sebab itu tidak lupa tim juga mengadakan edukasi terkait digital marketing kepada para warga pesisir Nambangan Kedung Cowek terutama kepada para pelaku UMKM. Diera yang serba online ini masyarakat pesisir juga harus merasakan keuntungan dari aplikasi sosial media yang ada pada smartphone mereka, bukan hanya untuk hiburan tapi juga dapat digunakan sebagai lapak untuk membuka usaha. Tujuan saya selaku penulis adalah ingin memajukan UMKM di daerah pesisir Nambangan Kedung Cowek melalui digital marketing, seperti membuat toko di aplikasi jual beli, membantu mempromosikan atau memasarkan produk dengan membuat konten yang menarik di sosial media, mengedukasi tentang penggunaan e-money dan dompet digital untuk mempermudah transaksi jual beli mereka yang dilakukan secara online. Dengan demikian penulis berharap dengan adanya pemahaman tentang digital marketing pendapatan warga daerah pesisir Nambangan Kedung Cowek dapat meningkat.

4. Marketing

Masyarakat Kedung Cowek Surabaya mayoritas mata penjarannya nelayan, dan menghasilkan ikan-ikan yang di tangkap bermaam-macam, untuk itu para ibu-ibu menjual ikannya dalam bentuk masih jadi ikan dan ada juga yang mengasinkan, untuk

jualnya ke para pengepul yang ada di daerah kedung cowek, ada juga yang membeli dari luar kedung cowek.

Masyarakat Kedung Cowek dalam menentukan harga masih minim pengetahuan karena bagi mereka ketika ikan yang di dapat banyak makasemakin murah untuk menjualnya. Tetapi ketika hasil tanggpan yang didapat sedikit harganya mahal.maka dari itu tim pengabdian Kedung Cowek menyampaikan dan menyarankan untuk menjual olahan dari ikan asin ke produk jadi agar harga yang didapat sesuai apa yang mereka kerjakan. Digital marketing sendiri dapat didukung melalui pembuatan Website, akun sosial media seperti Youtube, Facebook, Instagram, WhatsApp Business, LINE, TikTok, dan lain sebagainya, serta akun *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Akulaku, TikTok Shop, dan lain-lain.



Simpanan

Hasil pengabdian Penjualan Ikan Asin merambah *E-Cormmerce* mengenalkan warga Kedung Cowek untuk terus belajar serta membuat inovasi dari olahan ikan asin, dan cara penjualan yang lebih mengikuti tren masa ini. Penjualan ikan asin melalui *e-cormmerce* sudah bisa dilakukan oleh warga Kedung Cowek dengan menerapkan teknik marketing yang baik sehingga konsumen senang dalam proses pembelian produk tersebut. Selain itu perekonomian semakin kompetitif warga harus pandai memasarkan produk dan dituntut terus bisa berinovasi sehingga tidak kalah oleh pesaing, oleh sebab itu meningkatkan kualitas produk, kualitas kemasan, terus berinovasi menciptakan produk baru, menciptakan konten ataupun iklan yang menarik untuk pemasaran di sosial media. Digital Marketing sangat penting untuk di pelajari untuk memperluas pasar dan mempermudah pengenalan atau promosi produk, serta berperan besar meningkatkan penjualan.

Daftar Pustaka

- Mareta, D. T., & A, S. N. (2011). Pengemasan Produk Sayuran Dengan Bahan Kemasan Plastik Pada Penyimpanan Suhu Ruang Dan Suhu Dingin. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 7(1), 26–40.
- Oktaviani, M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Bersama Garda Nusantara Meningkatkan UMKM di Wilayan Jawa Barat. *Humanism*, 2(3), 207–213.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Syah, A. Z., & Helmiah, F. (2021). Analisis Dan Desain E-Commerce Pada Hasil Produk Pengolahan Ikan Asin. *Kesatria: Jurnal Penerapan Sistem ...*, 2(1), 77–83. <http://tunasbangsa.ac.id/pkm/index.php/kesatria/article/view/61>
- Wakiden, S. M., Isa, R. A., & Juanna, A. (2022). ... Ikan Asin Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjualan Ikan Asin Di Desa Torosiaje Kecamatan Popayato Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 5(2), 703–711. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16534>