

PEMANFAATAN PEMASARAN PRODUK IKAN TERI MELALUI E-COMMERCE SERTA PENGEMASAN SEDERHANA MENGGUNAKAN PRESS VACUUM

Endyastuti Pravitasari¹, Sheila Silvia Permatasari², Kiko Armenita³, Yanuar Rahmadan⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial

¹Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

² Program Studi Bisnis Digital

³ Program Studi Akuntansi

⁴ Program Studi Hubungan Internasional

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

¹ endy.pravitasari@uta45jakarta.ac.id

² sheila.permatasari@uta45jakarta.ac.id

³kiko.julito@uta45jakarta.ac.id

⁴ yanuar.rahmadan@uta45jakarta.ac.id

ABSTRACT

Kalibaru village is one of the salted fish centers in North Jakarta. However, the use of e-commerce for sales is rarely done. Not to mention, the packaging is less attractive to end consumers. The purpose of the community service activities in RW 9 Kalibaru Village, Cilincing District, North Jakarta is to increase knowledge for MSMEs regarding the urgency of utilizing e-commerce to sell anchovy product and upgrade their packaging using press vacuum. The community service activities were organized using counseling and demo methods which divided into two sessions, related to product marketing through e-commerce and increasing product value with press vacuum packaging. In this session, speakers were lecturers from Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta who have their competence related with this topic. One of the findings obtained from this service activity is the difficulty of MSME, especially elder, to use e-commerce platform. Therefore, this counseling and demo are expected to help MSMEs from RW 9 to be interested and more familiar with the e-commerce platform as a profitable place to selling their products.

Keywords anchovies, e-commerce, MSMEs, vacuum pressing machine,

ABSTRAK

Kelurahan Kalibaru merupakan salah satu sentra ikan asin di Kota Jakarta Utara. Namun sayangnya, penggunaan e-commerce sebagai sarana penjualan masih sangat jarang dilakukan. Belum lagi, kemasan yang kurang menarik untuk dijual kepada konsumen akhir. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di wilayah RW 9 Kelurahan Kalibaru, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan bagi pelaku UMKM di terkait urgensi pemanfaatan pemasaran produk ikan teri melalui e-commerce serta pengemasan sederhana menggunakan *press vacuum*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diselenggarakan dengan metode penyuluhan dibagi kedalam dua sesi yaitu sesi terkait pemasaran produk melalui *e-commerce* dan menaikkan nilai jual dengan pengemasan *press vacuum*. Pada keseluruhan sesi, narasumber yang menjadi pemateri

merupakan dosen di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Salah satu hasil temuan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah sulitnya pelaku UMKM terutama orang tua untuk menggunakan platform *e-commerce* di wilayah RW 10 Kelurahan Kalibaru, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara. Oleh karena itu, penyuluhan ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM RW 9 untuk tertarik dan lebih mengenal *platform e-commerce* sebagai tempat berjualan yang menguntungkan.

Kata Kunci : ecommerce, ikan teri, press vacuum, UMKM

PENDAHULUAN

Kalibaru merupakan salah satu wilayah kelurahan di pesisir di Jakarta. Wilayah ini berbatasan dengan Kelurahan Cilincing di sebelah utara, Kelurahan Kalibaru Barat di sebelah timur, Kelurahan Sukapura di sebelah selatan, dan Kelurahan Marunda di sebelah barat. Kalibaru merupakan wilayah yang cukup padat penduduknya. Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai nelayan, pedagang, dan buruh pabrik. Namun, wilayah Kalibaru dikenal juga dengan sentra produksi ikan asinnya.

Wilayah Kalibaru memiliki potensi perikanan yang sangat besar, termasuk industri pengolahan ikan asin yang didistribusikan salah satunya melalui pasar ikan asin yang menjual secara grosir. Ikan asin yang sudah mengalami proses pengawetan umumnya adalah ikan teri, ikan layang, dan ikan bandeng.



Gambar 1. Kondisi pasar ikan asin Kalibaru

Karena penjualannya dilakukan secara grosir, harga ikan teri yang dijual relatif murah dibandingkan dengan penjual di tempat lain.



Gambar 2. Harga teri dikemas dengan plastik makanan pada e-commerce Shopee

Namun sayangnya, Masih banyak pelaku usaha ikan teri yang belum memanfaatkan pemasaran melalui e-commerce. Rahmadan et al. (2023) menyatakan bahwa ada pelaku usaha di Kalibaru yang telah memanfaatkan *platform e-commerce* contohnya Tokopedia namun belum mendapatkan manfaat yang maksimal ketika menggunakan platform digital tersebut. Pengemasan ikan teri masih menggunakan cara tradisional yang kurang higienis dan tidak tahan lama.

Rumusan masalah :

1. Bagaimana cara meningkatkan pemahaman dan antusiasme pelaku usaha ikan teri untuk memanfaatkan pemasaran melalui e-commerce?
2. Bagaimana cara meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha ikan teri untuk menggunakan pengemasan sederhana menggunakan press vacuum?

Belum banyak pemanfaatan yang dilakukan oleh pedagang selain dengan menjual secara grosir dan kemasan seadanya yaitu menggunakan kantong plastik yang diikat seperti gambar 2 diatas. Padahal, nilai jual produk bisa meningkat dengan menjamin kualitas produk yang didapatkan dari kemasan kedap udara.

METODE

Sosialisasi ini dilakukan melalui penyuluhan dan demo yang disampaikan oleh perwakilan dosen Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta dengan peserta ibu-ibu pelaku UMKM dikawasan Kalibaru RW 9. Penyuluhan dan demo ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang manfaat pemasaran produk ikan teri melalui e-commerce serta cara pengemasan sederhana menggunakan *press vacuum*. Dengan rincian sebagai berikut,

- Tema : Pemanfaatan pemasaran produk ikan teri melalui e-commerce serta pengemasan sederhana menggunakan *press vacuum*
- Waktu : Sabtu, 26 Agustus 2023
- Lokasi : Gedung Serbaguna, Gang I4 RT 4/RW 9, Kali Baru, Kec. Cilincing, Jakarta Utara, DKI Jakarta
- Peserta : Pelaku UMKM Kalibaru

Prosedur penyuluhan dan demo terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut :

- a. Narasumber memperkenalkan topik materi yang akan disosialisasikan
- b. Sosialisasi dilakukan oleh narasumber kurang lebih selama 30 menit dengan sub topik pemasaran melalui e-commerce
- c. Narasumber dibantu oleh panitia melakukan demo pengemasan sederhana menggunakan *press vacuum*.
- d. Sesi tanya jawab dan diskusi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah beberapa materi yang disampaikan oleh narasumber dalam sosialisasi pemanfaatan pemasaran produk ikan teri melalui e-commerce serta pengemasan sederhana menggunakan *press vacuum*.

Narasumber menerangkan terkait pengertian e-commerce dan contoh-contohnya seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, dan Blibli. Dari keempat contoh ecommerce, mayoritas peserta adalah pengguna shopee. Mengingat peserta merupakan pedagang ikan teri, *urgensi* pemasaran ikan teri melalui platform e-commerce adalah sebuah keniscayaan.



Gambar 3. Pemaparan materi oleh narasumber Endyastuti Pravitasari SST., MBA.

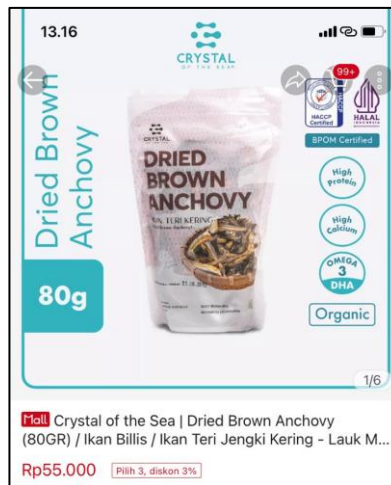
Penggunaan e-commerce dalam perdagangan ikan asin sangat penting untuk mengatasi tantangan penjualan selama pandemi dan memperluas segmen pasar (Pratiwi, 2021). Penggunaan e-commerce juga dapat dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran, meningkatkan visibilitas produk (mudah ditemukan), membangun reputasi dan citra positif bagi brand, serta meningkatkan penjualan. Adapun menurut Hanum (2018) dalam pelaksanaannya faktor-faktor seperti teknologi, kesiapan individu, dan faktor lingkungan secara signifikan memengaruhi adopsi e-niaga pada usaha kecil dan menengah.

Cara pemasaran produk ikan teri melalui e-commerce diharapkan dapat menghasilkan pembelian. Penting untuk diingat bahwa terdapat beberapa faktor yang berhubungan dengan keputusan pembelian oleh calon konsumen secara online. Faktor-faktor ini dapat bervariasi tergantung pada jenis produk, demografi konsumen, dan tren pasar. Sebagai penjual di e-commerce, memahami faktor-faktor ini dan memenuhi harapan konsumen dapat membantu meningkatkan konversi dan loyalitas pelanggan. Beberapa faktor diantaranya adalah harga, ulasan dan penilaian, kualitas dan fitur, tampilan produk, opsi pengiriman dan pengembalian, serta ketersediaan. Hal ini sejalan dengan Mican (2020) yang menggaris bawahi pentingnya fitur produk, kepercayaan terhadap toko online, ulasan produk, dan evaluasi pelanggan dari sumber tepercaya dalam proses pengambilan keputusan belanja online.

Selanjutnya, demo penggunaan press vacuum yang dapat membantu menjaga kualitas ikan asin dengan mencegah terjadinya oksidasi dan bakteri. Oksidasi dapat menyebabkan ikan asin menjadi tengik, sedangkan bakteri dapat menyebabkan ikan asin menjadi busuk (Agnes, 2022).

Press vacuum dapat membantu memperpanjang masa simpan ikan asin hingga beberapa bulan. Hal ini karena press vacuum dapat mengurangi kadar oksigen dalam kemasan, sehingga bakteri tidak dapat tumbuh. Hal ini didukung oleh Rode & Rotabakk (2020), yang menemukan bahwa pemrosesan bertekanan tinggi, metode yang sering digunakan dengan pengemasan vakum, dapat memperpanjang masa simpan ikan kod hingga 49 hari. Adapun Noordin *et al.*, (2014) menyatakan bahwa konsumen dan pengecer mungkin tidak menyukai jika bahan makanan dibekukan karena hal tersebut cenderung mempengaruhi tekstur dan kesegaran. Oleh karena itu, pengembangan perawatan yang mudah didapat, murah, sederhana dan praktis untuk memperpanjang umur simpan.

Press vacuum dapat meningkatkan daya tarik ikan asin dengan membuatnya terlihat lebih rapi dan bersih. Hal ini karena press vacuum dapat menghilangkan udara dari kemasan, sehingga ikan asin tidak terlihat basah dan berminyak. Selain itu, ikan asin yang dikemas dengan press vacuum lebih mudah dibawa dan disimpan. Hal ini karena kemasan *press vacuum* memiliki bentuk yang ramping dan ringan.



Gambar 4. Harga teri dikemas dengan plastik vacuum dan kemasan yang menarik pada e-commerce Shopee

Harga teri pada gambar 2 adalah Rp 30.000- Rp 58.000 untuk 250gr. Sedangkan pada gambar 4 setelah penggunaan *plastic vacuum* dan kemasan yang lebih menarik, harga ikan teri sebesar Rp 55.000 untuk 80 gr. Ada perbedaan yang signifikan melihat nilai tambahnya pun berbeda.



Gambar 5. Pelaku UMKM RW 9 mengikuti penyuluhan dan demo dengan antusias

Gambar 5 merupakan tangkapan proses kegiatan penyuluhan. Pelaku UMKM RW 9 antusias dan bersungguh-sungguh dalam memperhatikan materi yang diberikan.



Gambar 7. Foto narasumber bersama dengan pelaku UMKM RT 9 Kalibaru

Gambar 7 adalah foto yang ditangkap ketika salah satu pelaku UMKM ingin berfoto dengan narasumber. Kegiatan diakhiri dengan foto Bersama panitia pada Gambar 8.



Gambar 7. Foto narasumber bersama dengan panitia

SIMPULAN

Pemasaran produk ikan asin khususnya ikan teri melalui e-commerce memiliki banyak keuntungan seperti menjangkau pasar yang lebih luas Dimana produk ikan teri dapat dipasarkan ke seluruh Indonesia bahkan ke mancanegara, mempermudah proses penjualan kepada konsumen karena mereka dapat melihat dan memesan produk ikan teri secara online tanpa harus datang langsung ke toko, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas biaya operasional seperti biaya sewa tempat, biaya tenaga kerja, dan biaya transportasi.

Pengemasan sederhana menggunakan *press vacuum* juga memiliki beberapa keunggulan seperti menjaga kualitas produk ikan teri agar tetap segar dan tahan lebih lama, mempermudah proses pengemasan dan pengiriman, serta menambah nilai jual produk ikan teri.

Dengan memanfaatkan pemasaran melalui e-commerce dan pengemasan sederhana menggunakan *press vacuum*, produk ikan teri dapat dipasarkan secara lebih efektif dan

efisien. Hal ini dapat meningkatkan daya saing produk ikan teri di pasaran dan mendorong pertumbuhan industri perikanan khususnya di Kalibaru, Jakarta Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, S.B. (2022). Nutritient level in edible marine fish *Hemiramphus gorakhpurensis* and its depletion during storage. *International Journal of Fisheries and Aquatic Studies*.
- Hanum, A.N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus UMKM Di Wilayah Kota Semarang). Maksimum.
- Mican, D., & Sitar-Tăut, D. (2020). Analysis of the Factors Impacting the Online Shopping Decision-Making Process. *Studia Universitatis Babes-Bolyai Oeconomica*, 65, 54 - 66.
- Noordin, W.N., Shunmugam, N., & Huda, N. (2014). Application of Salt Solution and Vacuum Packaging In Extending The Shelf Life of Cooked Fish Balls for Home and Retail Uses. *Journal of Food Quality*, 37, 444-452.
- Pratiwi, F.D., Wulandari, A., & Astuti, R.P. (2021). The Scale-Up Produk Ikan Asin “Yulia Bahari” Berbasis E-Commerce. *Jurnal Abmas Negeri*.
- Rahmadan, Y., Permatasari, S. S., Simamora, V., & Pravitasari, E. (2023). Workshop Pemanfaatan Digital Platform untuk Meningkatkan Ekspor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Kami Mengabdi*, 11-17.
- Rode, T.M., & Rotabakk, B.T. (2020). Extending shelf life of desalted cod by high pressure processing. *Innovative Food Science and Emerging Technologies*, 102476.