

Pengolahan Inovasi Bandeng Modern Kaya Protein dengan Pemanfaatan Sumberdaya Lokal Jawa Timur dan Pemberdayaan Masyarakat

Achmat Samsul Ma'arif¹, Ristia Emalia Wati², Kinaryosih Dressanala³, Marsya Cahya Septyarini⁴, Prasstyo Aditya Rahman⁵, Denny Oktavina Radianto⁵

Teknik Perpipaan, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

a.maarif@student.ppns.ac.id¹, ristia.emalia@student.ppns.ac.id²,

kinaryosihdressanala@student.ppns.ac.id³,

marsyacahya13@student.ppns.ac.id⁴, prastyoaditya@student.ppns.ac.id⁵,

dennyokta@ppns.ac.id⁶,

ABSTRACT

The main reason people are still reluctant to eat or process milkfish is the large number of spines that are difficult to clean, this reduces their interest in eating milkfish. In this era of globalization, the entry of foreign cultures into Indonesia has had an impact on lifestyles and eating patterns as well as people's culture giving rise to many kinds of food that are unique, practical but still nutritious enough. From the circumstances and opportunities we try to solve social problems while simultaneously wanting to access large market opportunities. This study uses quantitative methods based on systematic facts or characteristics of certain populations factually and carefully. We have created a product that is liked by various groups and utilize social media to attract enthusiasts. Looking at cities in Indonesia where the density is dominated by youth, they are the biggest contributors to urban development in all sectors. The two conditions above are what underlies the birth of this Milkfish Mci business, namely by producing modern processed milkfish products and utilizing social media to attract youth. With the existence of processed milkfish products that are in accordance with the interests of the target market. Because milkfish contains higher nutrition, it is of interest to the general public. For transactions that themselves use the method commonly used by the public. Marketing information uses media that is often found by the target market with the online platform services available in today's digital era. Especially milkfish which is abundant in the East Java area.

Keywords: *Processing, milkfish, milkfish innovation, milkfish Mci business, processed milkfish products.*

ABSTRAK

Alasan utama masyarakat masih enggan memakan atau mengolah ikan bandeng adalah banyaknya duri yang sulit dibersihkan, hal tersebut mengurangi minat untuk memakan bandeng. Pada era globalisasi ini, masuknya budaya asing ke Indonesia menyebabkan pengaruh yang berdampak pada gaya hidup dan pola makan serta kebudayaan masyarakat memunculkan banyak macam makanan yang unik, praktis namun tetap bergizi cukup. Dari keadaan dan peluang yang kami mencoba untuk menyelesaikan masalah sosial sekaligus ingin mengakses peluang pasar yang besar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berdasarkan sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktul dan cermat. Kami telah membuat suatu produk yang digemari oleh berbagai kalangan dan memanfaatkan media sosial untuk menarik peminatnya. Melihat kota-kota di indonesia yang kepadatannya didominasi oleh kalangan pemuda, mereka ialah

kontributor terbanyak dalam perkembangan kota di segala sektor. Kedua kondisi diatas adalah yang mendasari lahirnya usaha Mci Bandeng ini yaitu dengan menghasilkan produk olahan bandeng yang modern dan memanfaatkan media sosial untuk menarik minat kalangan pemuda. Dengan adanya produk olahan bandeng yang sesuai dengan minat target pasar. Karena ikan bandeng terdapat nutrisi yang lebih tinggi menjadi salah satu minat masyarakat umum. Untuk transaksi yang sendiri menggunakan metode yang umum digunakan masyarakat. Informasi pemasaran menggunakan media yang sering dijumpai oleh pasar target dengan adanya layanan platfrom online yang terdapat pada era digital saat ini. Terutama ikan bandeng yang melimpah di daerah Jawa Timur.

Kata kunci: Pengolahan, ikan bandeng, inovasi bandeng, usaha Mci bandeng, produk olahan bandeng.

PENDAHULUAN

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki jumlah tambak terbanyak se-Indonesia. Tambak ini menyimpan potensi sumber daya alam diantaranya ikan Bandeng. masyarakat kurang memanfaatkan potensi keanekaragaman sekitar secara optimal. Faktanya produksi Bandeng sangat melimpah sekitar 700 ton per tahun menurut data BPS.

Alasan utama masyarakat masih enggan memakan atau mengolah ikan bandeng adalah banyaknya duri yang sulit dibersihkan, hal tersebut mengurangi minat untuk memakan bandeng. Hal tersebut juga didukung dengan minat milenial dan Generasi Z yang lebih menyukai makanan modern dan dari luar negeri dengan alasan lebih menarik daripada makanan lokal.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengkonsumsi camilan paling besar. Dari survei masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan ngemil hingga 2,70x setiap harinya (*The State of Snacking*) terdapat data bahwa 53% lebih responen memilih mengkonsumsi camilan dengan alasan tidak memiliki waktu untuk makan makanan berat. Camilan yang beredar dipasaran saat ini banyak mengandung *Monosodium Glutamate* (MSG), kalori, lemak, dan zat-zat lain yang berbahaya. Konsumsi camilan dengan tinggi kandungan MSG, disertai ngemil setiap hari dapat membawa dampak buruk bagi kesehatan dan mengakibatkan kegemukan. Hal ini karena masyarakat sebagian besar tidak mengerti jenis camilan yang baik untuk kesehatan.

Pada era globalisasi ini, masuknya budaya asing ke Indonesia menyebabkan pengaruh yang berdampak pada gaya hidup dan pola makan serta kebudayaan masyarakat memunculkan banyak macam makanan yang unik, praktis namun tetap bergizi cukup. Seperti halnya makanan Jepang merupakan dampak dari globalisasi dan salah satu alternatif konsumsi masyarakat. Di Indonesia sendiri makanan Jepang akhir-akhir ini banyak diminati oleh semua kalangan terutama kalangan muda. Awalnya, makanan Jepang yang digemari oleh masyarakat ialah jenis bento dan *shabu - shabu*

hingga *Katsu*. *Katsu* menjadi makanan yang paling mudah ditemukan di restoran cepat saji khas Jepang. *Katsu* merupakan makanan yang dibuat dari aneka daging yang dilumuri tepung panir kemudian digoreng hingga matang. Citarasa *katsu* harus renyah di luar tapi tetap lembut di dalam.

Dari keadaan dan peluang yang kami mencoba untuk menyelesaikan masalah sosial sekaligus ingin mengakses peluang pasar yang besar melalui pelaksanaan inovasi produk pangan berbasis industri kerakyatan dengan brand “NUGETZ”. Produk “NUGETZ” ini sangat tepat untuk memenuhi kebutuhan akan makanan ringan yang sehat dan bergizi karena kebutuhan konsumen yang semakin sadar dengan kesehatan. Kami membuat inovasi bandeng NUGETZ memodifikasi makanan ala jepang dari *chicken katsu* menjadi bandeng *katsu* yang banyak diminati oleh kalangan muda yang semula berbahan dasar daging ayam, menjadi *katsu* berbahan dasar ikan bandeng yang kaya akan sumber protein (20-24%), lemak, kalsium, fosfor, zat besi, omega 3, mineral (mineral makro pada daging ikan bandeng yaitu: Ca, Mg, Na dan K. Sedangkan mineral mikronya Fe, Zn, Cu, Mn) dan vitamin (A, B1 dan B12) dengan rendemen daging sekitar 12%. Dari kandungan tersebut, ikan bandeng dapat membantu menyembuhkan berbagai penyakit. Kegiatan ini adalah melakukan usaha untuk melakukan inovasi pemanfaatan potensi sumber daya alam menjadi produk camilan dengan dukungan teknologi pangan untuk meningkatkan umur simpan dan mutu produk. Usaha ini mampu memanfaatkan potensi lokal menjadi camilan kekinian, memiliki nilai jual, sehat dan bergizi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berdasarkan sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktul dan cermat. Kami telah membuat suatu produk yang digemari oleh berbagai kalangan dan memanfaatkan media sosial untuk menarik peminatnya.

PROSES PEMASARAN

Proses pemasaran

Dalam pemasaran produk NUGETZ kami menggunakan strategi pemasaran sebagai berikut :

A. Digital Marketing

Memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk agar calon konsumen tertarik membeli. Contoh media seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Ojek Online. Cara lain yaitu melakukan kerjasama dengan *influencer* untuk melakukan *endorsement*.

B. Special Prices

keuntungan konsumen ketika membeli produk NUGETZ dari segi harga. Keuntungan user mendapatkan harga yang murah seperti, diskon pada tanggal-tanggal tertentu, pembelian paket.

C. Penjualan *Frozen Food*

Strategi penjualan menggunakan sistem *Frozen Food* adalah cara kami untuk menjangkau daerah-daerah yang jauh dari lokasi tempat usaha kami. Jadi, calon konsumen yang jauh dari daerah tempat usaha kami tetap bisa menikmati produk kami walaupun dengan jarak yang jauh.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut Ikan bandeng merupakan salah satu hasil tambak terbesar di Jawa Timur. Ikan bandeng adalah ikan yang banyak digemari oleh masyarakat kita , banyak hasil olahan ikan bandeng yang kita ketahui antara lain bandeng asap, bandeng presto dan lainnya . Meski mempunyai cita rasa yang spesifik dan banyak digemari namun ikan bandeng mempunyai kelemahan banyak duri yang tersebar diseluruh bagian daging.

Produksi ikan bandeng sangatlah melimpah sekitar +- 700 ton per tahun menurut data BPS. Bandeng kaya akan nutrisi dimana kandungan kimia bandeng yaitu air sebesar 70,78%, protein sebesar 25.17%, karbohidrat 2,78%, abu 1,4%, lemak 0,85%. Namun, melimpahnya produksi ikan bandeng ini tidak berjalan dengan minat masyarakat terutama kalangan pemuda terhadap olahan ikan bandeng. hal ini bisa terjadi karena olahan-olahan berdasar ikan bandeng tidak variatif atau hanya olahan-olahan yang sama.

Melihat kota-kota di indonesia yang kepadatannya didominasi oleh kalangan pemuda, mereka ialah kontributor terbanyak dalam perkembangan kota di segala sektor. Para pemuda yang didominasi oleh generasi millenial dan generasi Z ini mengisi hampir separuh kegiatan sehari-harinya dengan aktif di media sosial. Dan juga, para pemuda ini sangat menyukai makanan-makanan yang berasal dari luar seperti *Katsu*, *Bento*, dan lain-lain daripada masakan lokal.

Kedua kondisi diatas adalah yang mendasari lahirnya usaha Mci Bandeng ini yaitu dengan menghasilkan produk olahan bandeng yang modern dan memanfaatkan media sosial untuk menarik minat kalangan pemuda.

ALAT dan BAHAN

Alat dan Bahan:

- Alat
 - Alat presto
 - Piring
 - Panci

- Pisau
- Loyang
- Cetakan
- Blender
- Sendok
- Bahan
 - Ikan Bandeng
 - Tepung Tapioka
 - Tepung Terigu
 - Garam
 - Telur
 - Tepung Panir
 - Bawang Putih
 - Merica

KESIMPULAN

Dengan adanya produk olahan bandeng yang sesuai dengan minat target pasar. Karena ikan bandeng terdapat nutrisi yang lebih tinggi menjadi salah satu minat masyarakat umum. Untuk transaksi yang sendiri menggunakan metode yang umum digunakan masyarakat. Informasi pemasaran menggunakan media yang sering dijumpai oleh pasar target dengan adanya layanan platform online yang terdapat pada era digital saat ini. Terutama ikan bandeng yang melimpah di daerah Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik.2018.Produksi Perikanan Budidaya Tambak Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur. URL : <https://jatim.bps.go.id/statictable/2018/11/14/1411> . Diakses tanggal 15 Januari 2021.

Badan Pusat Statistik.2017.Produksi Perikanan Budidaya Menurut Komoditas Utama (Ton). URL :<https://www.bps.go.id/indicator/56/1513/1>. Diakses tanggal 15 Januari 2021.

Badan Pusat Statistik.2019.Luas Area Budidaya Perikanan Menurut Provinsi dan Jenis Budidaya (ha). URL : <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/1712>. Diakses tanggal 15 Januari 2021.

AhliGiziID.2018.Ikan Bandeng Segar.URL : <https://nilaigizi.com/gizi/detailproduk/865>. Diakses tanggal 15 Januari 2021

Hafiludin.2015.Analisis Kandungan Gizi pada Ikan Bandeng yang Berasal dari Habitat yang Berbeda.Jurnal Kelautan.8 (1):40

Sci-Tech Journal

Volume 2 Nomor 2 (2023) 259-264 E-ISSN 2830-6759

DOI: 10.56709/stj.v2i2.112

Muhajir, A. dan Mubarok, F.2019. Alih Lahan Ancam Keberlanjutan Perikanan Bandeng di Gresik [2]. URL : <https://www.mongabay.co.id/2019/06/25>. Diakses tanggal 15 Januari 2021.

Millah, S.2019. Survei : Orang Indonesia Lebih Banyak Makan Camilan Ketimbang Makan Berat. URL : <https://traveling.bisnis.com/read/20191203/223/1177360>. Diakses tanggal 15 Januari 2021.