

Original Research Paper

Implementasi Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) Melalui Inovasi Olahan Ikan Tongkol Menjadi Produk Sambal Khas Lokal

Dinda Noviantika¹, Anindita Suliya Hangesti Mandra Kusuma², Alya Septiana¹, Baiq Resti Komalasari¹, Dea Nirmala Fitri¹, Debby Nuradelia¹, Baiq Mis Ardiana³

¹Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

²Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

³Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v7i1.6597>

Sitasi: Noviantika, D., Kusuma, A. S. H. M., Septiani, A., Komalasari, B. R., Fitri, D. N., Nuradelia, D., & Ardiana, B. M. (2024). Implementasi Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) Melalui Inovasi Olahan Ikan Tongkol Menjadi Produk Sambal Khas Lokal. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 7(1)

Article history

Received: 26 November 2023

Revised: 18 Februari 2024

Accepted: 20 Februari 2024

²Corresponding Author:

Anindita Suliya Hangesti
Mandra Kusuma, Program
Studi Pendidikan Biologi,
Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan, Universitas
Mataram Email:
anindita_fkip@unram.ac.id

Abstrak: Samtodenis atau singkatan dari Sambal Tongkol Pedes Manis merupakan produk PKM-K yang dibuat oleh mahasiswa dengan berbahan dasar sambal dan ikan tongkol yang memiliki aroma yang khas perpaduan antara bumbu-bumbu pilihan dan tanpa penggunaan bahan pengawet. Tujuan dari PKM-K samtodenis ini yaitu untuk mengetahui proses pembuatan, proses pemasaran, cara pengembangan serta mengetahui manfaat sambal tongkol pedas manis secara berkelanjutan. Metode pembuatan samtodenis ini di mulai dari proses pembersihan ikan tongkol, proses persiapan bahan sambal, proses pengolahan dan pengemasan sambal tongkol hingga proses pemasaran. Peluang pemasaran samtodenis dimulai dari anak kos, ibu rumah tangga dan dapat dikonsumsi mulai dari anak-anak hingga lanjut usia dengan strategi pemasaran dilakukan menggunakan sistem pemasaran penjualan langsung dan penjualan tidak langsung. Hasil dari promosi dan pemasaran yang dilakukan, tim PKM-K berhasil menjual produk sebanyak 238 botol dengan 7 kali produksi selama 2 bulan dan mendapatkan pendapatan sebesar Rp 3.570.000 sehingga laba total yang didapatkan yaitu sebesar Rp 770.000. Berdasarkan analisis cashflow selama 2 tahun, didapatkan nilai NPV produksi "SAMTODENIS" untuk periode 2 tahun dengan nilai Rp 12.433.563,635. Nilai NPV tersebut menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dilaksanakan dan dilanjutkan.

Kata kunci: Sambal Tongkol Pedas Manis; PKM-K, Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor perikanan merupakan suatu proses perubahan dan pembaharuan yang berencana menuju tatanan masyarakat, khususnya masyarakat nelayan yang lebih baik. Perikanan mempunyai peranan yang cukup penting, terutama

dikaitkan dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produk perikanan, menghasilkan protein hewani dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, meningkatkan ekspor, menyediakan bahan dan kelautan berasal dari produksi perikanan tangkap

maupun perikanan pembudidaya, baku industri, memperluas lapangan dan kesempatan berusaha, serta mendukung pembangunan wilayah dan tetap memperhatikan kelestarian dan fungsi lingkungan hidup. Pertumbuhan sektor perikanan Selama ini kegiatan produksi perikanan tangkap lebih banyak dilakukan oleh petani (nelayan) kecil yang belum mempunyai akses terhadap manajemen usaha, modal, dan pemasaran (Nuriati, 2018).

Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kota Mataram Irwan Harimansyah di Mataram, Rabu, mengatakan kenaikan target produksi hasil tangkapan ikan tongkol tersebut karena realisasi tahun 2022 melampaui target. Ia mengatakan sejak tahun 2018 produksi hasil tangkapan ikan tongkol nelayan Mataram rata-rata naik 10-20 persen. Jenis ikan tongkol menjadi hasil tangkapan yang mendominasi nelayan Mataram.

Berbicara tentang ikan, ikan dapat di olah menjadi berbagai macam olahan makanan salah satunya sambal. Masyarakat lombok dikenal sebagai masyarakat yang tak bisa lepas dari sambal. Jika tidak ada sambal, makanan terasa belum lengkap. Beberapa orang bahkan rela tidak makan sebelum mendapatkan sambal, seolah tak bisa hidup tanpa sambal. Melihat minat masyarakat untuk menikmati sambal cukup tinggi membuat usaha sambal dengan varian yang berbeda. Keunggulan produk yang di tawarkan, konsumen dapat memilih tingkat kepedasan dan varian yang diinginkan. Produk ini memiliki ciri khas aroma daun kemangi yang kuat. Produk ini juga tanpa menggunakan bahan pengawet, masa penyimpanan yang cukup lama. Hal ini dikarenakan produk dikemas secara steril dan higienis.

Hal ini dikarenakan produk sambal Tongkol mudah didapat, harganya murah, dan rasanya yang enak. Ditambah dengan keunggulan produk yang kami tawarkan yakni berbahan dasar ikan Tongkol yang membuat sambal memiliki kandungan gizi yang lebih tinggi dibandingkan sambal lainnya. Usaha sambal Tongkol ini merupakan usaha yang menjanjikan, karena peminatnya yang hampir merata disetiap kalangan. Konsumen yang paling berpotensi untuk membeli sambal Tongkol pedas manis adalah mahasiswa. Selain memiliki selera rumahan, produk ini juga sangat cocok untuk anak kos yang memiliki kesibukan dengan kegiatan yang beragam sebagai makanan instan pada produk ini bisa menjadi alternatif yang sangat pas, tidak hanya itu produk ini juga cocok untuk para ibu rumah tangga yang ingin

memiliki stok untuk sambal yang bisa di nikmati dan disajikan kapan saja bahkan produk ini juga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh karena memiliki masa tahan yang cukup lama dan pengemasan yang aman.

Potensi sumberdaya ikan, sumberdaya manusia serta permintaan pasar yang terus meningkat, memungkinkan bagi kita untuk mewujudkan industri perikanan yang kokoh, mandiri dan berkelanjutan serta memperluas penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan nelayan, meningkatkan konsumsi dalam negeri, dan meningkatkan penerimaan devisa negara yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Nikijuluw 2002 dalam Oktaviani D, dkk 2012). Dengan melihat populasi Ikan Tongkol di pulau Lombok, mendorong mahasiswa untuk membuat usaha dari Ikan Tongkol dalam bentuk sambal.

Pembuatan sambal dengan formulasi ikan dan sambal merupakan inovasi baru dalam pembuatan bahan harus memiliki tujuan pada tindakannya. Hal ini berpotensi menjadi usaha di pulau Lombok, dimana masyarakat pulau ini sangat menggemari sambal. Usaha sambal yang terbuat dari Ikan Tongkol dapat juga dikonsumsi sebagai pelengkap makanan ataupun sebagai lauk pauk, hal ini menjadi salah satu peluang usaha bagi masyarakat dalam sektor industri. Salah satu bagian dari pembangunan bidang ekonomi yang mendapat perhatian dari pemerintah saat ini adalah pembangunan sektor industri yang diharapkan memberikan peran lebih terhadap pertumbuhan ekonomi. Produk usaha sambal Tongkol ini mahasiswa beri nama "SAMTODENIS" yaitu singkatan dari sambal Tongkol pedas manis.

Produk ini menggunakan bahan baku Ikan Tongkol, cabai, bawang putih, bawang merah, kemangi, jeruk limau, daun jeruk dan bumbu-bumbu sambal lainnya. Untuk tingkat kepedasan bisa sesuai dengan keinginan konsumen. Produk sambal Tongkol ini akan di kemas dengan menggunakan botol jar berukuran 150ml. Jar cocok digunakan untuk kemasan-kemasan produk makanan yang dikemas dalam kondisi baik panas maupun dingin. Selain itu, kemasan ini juga tahan terhadap kondisi di luar lingkungan.

Berdasarkan survei pasar yang telah dilakukan melalui kuisioner analisis peminat konsumen terhadap sambal tongkol pedas manis

(SAMTODENIS) dari 106 responden didapatkan bahwa rata-rata konsumennya lebih banyak dari kalangan perempuan dibandingkan laki-laki, serta dari kalangan mahasiswa. SAMTODENIS ini disukai semua kalangan dengan rentang usia mulai dari usia dibawah 21 tahun hingga lebih dari 35 tahun yang menunjukkan bahwa rata-rata dari konsumen belum pernah membeli dan mencoba produk sejenis sebelumnya. Rata-rata konsumen tertarik pada produk SAMTODENIS ini karena rasanya enak dengan rasa pedas yang sedang dan harganya terjangkau.

Setelah dilakukan analisis BEP (Break Even Point) dan *cashflow* dari total modal produksi sebesar Rp 2.800.000 didapatkan harga produksi per botol sebesar Rp 12.000 dan target laba per botol sebesar Rp 3.000, sehingga untuk harga jual per botolnya sebesar Rp 15.000 dengan rata-rata penjualan perminggu sebanyak 25 botol. Berdasarkan rincian tersebut, dapat di perkirakan rata-rata pendapatan per bulan, per tahun dan per dua tahun secara berurutan yaitu sebesar Rp 1.500.000, Rp 18.000.000, dan Rp 36.000.000 dari total penjualan perbulan sebanyak 100 botol. Dari perhitungan penjualan rata-rata tersebut ditentukan laba bruto per bulan sebesar Rp 1.200.000 dan laba neto sebesar Rp 380.000, laba bruto per tahun sebesar Rp 14.400.000 dan laba neto sebesar Rp 4.560.000, serta laba bruto per dua tahun sebesar Rp 345.600.000 dan laba neto sebesar Rp 9.120.000.

Sambal Ikan Tongkol mempunyai dasar persaingan *cost advantage*. *Cost advantage* mempunyai keunggulan lebih dari pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar pada konsumen, baik dalam hal penawaran harga yang lebih rendah atau dengan memberikan keuntungan/ manfaat pada konsumen walaupun dengan harga tinggi. Aroma dari sambal Ikan Tongkol ini hampir sama seperti sambal umumnya, namun terdapat aroma dari ikan yang bersatu padu dengan aroma cabai membuat sambal ini mempunyai aroma yang khas dan menggugah selera.

Metode

Pembuatan sambal tongkol pedas manis bertempat di Perumahan Puri Anggrek, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Adapun proses pembuatan sambal tongkol pedas manis ini dimulai dari tahap persiapan alat dan

bahan, pencucian ikan tongkol, pembuatan dandangan ikan tongkol, pembuatan bumbu, pembuatan sambal tongkol pedas manis, serta terakhir tahap pengemasan menggunakan botol berukuran 150 gram.

Setelah proses pembuatan selesai, selanjutnya dilakukan proses promosi dan pemasaran dari sambal tongkol pedas manis. Strategi promosi dan pemasaran dilakukan secara langsung (*direct selling*), melalui media sosial, postingan pada blog pribadi, serta penyebaran pamflet ke toko-toko makanan. Pemasaran secara langsung dilakukan dengan membuka outlet yang strategis agar dapat dijangkau dan diperhatikan konsumen. Pemasaran melalui media sosial menggunakan Instagram, facebook, blog, dan whatsapp. Demi terciptanya kenyamanan bagi konsumen, telah disediakan kotak saran di outlet serta kolom komentar pada media sosial yang digunakan.

Hasil dan Pembahasan

Produksi dan pemasaran "SAMTODENIS" dilakukan dari bulan Oktober - Desember. Produksi dilaksanakan setiap satu minggu sekali, sehingga terhitung telah mencapai 7 kali produksi dalam 2 bulan. Produksi dilaksanakan setiap satu minggu sekali, dengan sistem PO. Pelanggan dapat memesan sebelum hari H produksi, sehingga hal ini dapat mengurangi kerugian pada saat produksi. Adapun proses pemesanan dapat dilakukan secara online melalui sosial media yang telah kami sediakan. Menurut Sarwono & Prihartono (2012), Sosial media adalah media yang digunakan untuk interaksi social dengan menggunakan teknik-teknik yang sangat memudahkan untuk diakses dan mempermudah publikasi informasi pengguna.

Dalam 1 kali produksi dapat menghasilkan 15 - 43 botol. 7 kali produksi yang telah dilakukan, berhasil terjual sebanyak 238 botol. Harga jual perbotol senilai Rp 15.000. Harga jual ditetapkan berdasarkan biaya. Menurut Horngren et al., (2015) metode penetapan harga berdasarkan biaya disebut juga dengan Cost-Plus Pricing Method merupakan penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Selama 7 kali produksi didapatkan pendapatan sebesar Rp 3.570.000, sehingga laba total yang didapatkan yaitu sebesar Rp 770.000. Setelah

melakukan analisis profit, kita dapat memprediksi profit selama 3 bulan belum menutup seluruh biaya produksi, namun kami juga mendapat biaya investasi alat-alat produksi sejumlah 365.000. Diperkirakan akan mencapai laba + biaya investasi alat pada proses produksi selanjutnya. Berikut ditunjukkan dokumentasi dalam rangka mengikuti kegiatan *entrepreneur award* dan pemasarannya yang dilakukan dengan cara *direct selling*.



Gambar 1. *Entrepreneur Award 2023*



Gambar 2. Pemasaran secara *Direct selling*

Berdasarkan data dari aktivitas wirausaha tim PKM-K kami terkait "Samtodenis" ini memberikan alur yang jelas untuk kedepannya bahwa usaha ini akan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Tidak ada maksud untuk kecurangan dalam hal kandungan gizi dan penambahab zat berbahaya. Sehingga bisnis ini murni tidak terkait dengan tindak kriminal apapun. Selain itu, jika melihat nilai NPV yang didapatkan, maka bisnis "samtodenis" ini layak untuk dilaksanakan dan dilanjutkan. Sesuai dengan yang dikatakan Wulandari (2012) bahwa nilai NPV yang positif menunjukkan bahwa proyek atau industri tersebut layak dilaksanakan. Sementara nilai NPV negatif berarti proyek tidak layak dilakukan. Dari perhitungan analisis cashflow selama 2 tahun,

didapatkan nilai NPV produksi "SAMTODENIS" untuk periode 2 tahun dengan nilai Rp 12.433.563.635.

Salah satu hal yang berperan dalam usaha "Samtodenis" ini adalah dalam hal pemasaran. Teknik pemasaran yang digunakan salah satunya adalah *indirect selling*, yakni usaha mahasiswa memiliki media sosial berupa instagram, facebook, blog, dan WA tersebut sudah memiliki fasilitas komentar yang nanti akan mahasiswa jadikan sebagai salah satu cara untuk menerima saran dan masukan dari pelanggan. Jika sudah mendapatkan saran dan komentar maka mahasiswa akan mendiskusikasi dan melakukan evaluasi bersama tim, guna untuk menyempurnakan produk yang mahasiswa kembangkan. Dengan teknik ini juga, produk lebih dikenal oleh masyarakat.

Usaha "Samtodenis" ini berpotensi besar untuk dikembangkan lebih luas dan di jual di tokotoko besar serta dapat dikirim untuk luar daerah. Maka dari itu, untuk proses kedepannya usaha samtodenis akan menggunakan alat vakum sehingga sambal dapat tahan lebih lama karena kelemahan ikan tongkol sebagaimana yang juga dimiliki oleh komoditi hewani lainnya adalah bahwa dengan kandungan gizi seperti protein dan air yang cukup tinggi, maka memiliki sifat yang mudah busuk setelah ditangkap dan mati. Oleh karena itu perlu dilakukan usaha peningkatan daya simpan dan daya awet produk perikanan pada pasca panen meliputi proses pengawetan maupun pengolahan. Selain lezat dan bergizi, tongkol juga memiliki khasiat yang cukup spesifik, yaitu merangsang pertumbuhan sel-sel darah merah dan menghambat proses penuaan (Hastuti & Ruhibnur, 2016).

Kesimpulan

Samtodenis merupakan produk UMKM yang dibuat oleh mahasiswa dengan berbahan dasar sambal dan ikan tongkol yang memiliki aroma yang khas perpaduan antara bumbu-bumbu pilihan dan tanpa penggunaan bahan pengawet. Peluang pemasaran samtodenis dimulai dari anak kos, ibu rumah tangga dan dapat dikonsumsi mulai dari anak-anak hingga lanjut usia dengan strategi pemasaran dilakukan menggunakan sistem pemasaran penjualan langsung dan penjualan tidak langsung. Pertama, penjualan langsung, yaitu dengan membuka stand yang strategis, nyaman dan bersih.

Kedua, penjualan tidak langsung yaitu promosi menggunakan media sosial berupa Instagram, Facebook, blog dan WA. Berdasarkan analisis kelayakan usaha, penjualan “SAMTODENIS” ke 100 pcs perbulan dalam keadaan BEP. Sedangkan, berdasarkan Analisis Cashflow selama 2 tahun yaitu didapatkan penjualan perminggu / sekali produksi sebanyak 25 botol. Laba netto perbulan sebesar Rp 380.000, laba netto pertahun sebesar Rp 4.560.000 dan laba netto dalam 2 tahun sebesar Rp 9.120.000.

Wulandari, P. T. (2012). Analisis kelayakan finansial pengembangan usaha kecil menengah (UKM) nata de coco di Sumedang, Jawa Barat. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 1(02), 113-120.

Daftar Pustaka

- Haryanto, M., & Rustam, A. R. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Sambal Ikan Roa pada Industri “Citarasaku” Kelurahan Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, (3),5, 369-376,
- Hasibuan, L. N. 2021. Analisis Pemasaran Produk Olahan Perikanan Sambal Ikan Tongkol. <https://www.kompasiana.com/lidia9367/618c9e3c06310e631d699072/analisis-pemasaranproduk-olahan-perikanan-sambal-ikan-tongkol>, diakses tanggal 15 Januari 2023.
- Hastuti, N.D., R. Ruhibnur. 2016. Nugget dan Kerupuk Ikan tongkol sebagai alternative usaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. *Agromix*;9(1); 76-81.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2015). *Akuntansi Biaya* (12th ed.). Erlangga.
- Milo, M. S. 2013. Mutu Ikan Tongkol (*Euthynnus affinis*) di Kabupaten Gunungkidul dan Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, *Skripsi*. Fakultas Teknobiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.
- Nuriati, N. K. (2018). Analisis efisiensi saluran pemasaran ikan tongkol hasil tangkapan nelayan di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 512-522.
- Oktaviani, D., & Sardjito, M. T. (2012). Pengembangan Industri Berbasis Perikanan dengan Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Tuban. *Jurnal Teknik Pomits*, 1(1).
- Sarwono, J., & Prihartono, K. (2012). *Perdagangan online: cara bisnis di internet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.