

**INOVASI PENGOLAHAN EMPEK-EMPEK SEBAGAI UPAYA DIVERSIFIKASI
PRODUK HASIL PERIKANAN DI KAMPUNG BARANGKALANG
KECAMATAN MANGANITU KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE**
*INOVATIVE PROCESSING OF EMPEK-EMPEK AS AN EFFORT IN DIVERSIFYING
FISHERIES PRODUCTS IN BARANGKALANG VILLAGE
MANGANITU DISTRICT SANGIHE ISLAND REGENCY*

Stevy Imelda Wodi¹⁾, Frans Gruber Ijong¹⁾

¹⁾Program Studi Teknologi Pengolahan Hasil Laut,
Jurusan Perikanan dan Kebaharian, Politeknik Negeri Nusa Utara
Email: wodiimelda@gmail.com

Abstrak: Inovasi pembuatan empek-empek sebagai upaya diversifikasi produk hasil perikanan belum dilakukan secara optimal. Hal ini disebabkan kurangnya informasi terkait produk diversifikasi dikalangan masyarakat. Peningkatan proses pemahaman ini akan memudahkan instansi terkait memberikan layanan bidang pengembangan produk hasil perikanan sehingga masyarakat dapat melakukan diversifikasi produk perikanan di wilayah Kecamatan Manganitu Selatan. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini yaitu untuk memberikan pengetahuan *Good Manufacturing Practice* produk empek-empek, penerapan *Standard Sanitation Operational Procedure*, dan *Fundamentals of Marketing Management*. Dalam pengabdian masyarakat ini kami melakukan kegiatan yang terdiri dari : 1) survey; 2) pendekatan masalah; 3) persiapan; 4) pelaksanaan; 5) monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan inovasi pembuatan empek-empek sangat efisien untuk diberikan.

Kata Kunci : inovasi; diversifikasi; empek-empek rainbow.

Abstract: *The process of making Empek-empek (an Indonesian fish cake delicacy) as an innovative effort to diversity fisheries products is far from optimal. This is due to the lack of knowledge related to fish product diversification among fisheries society of Sangihe. In particular, improving such knowledge or understanding in fisheries society of Manganitu Selatan district by responsible agencies for fisheries products diversification helps the society diversify fisheries products in the district. The purpose of this community service was to increase the knowledge of good manufacturing practice for Empek-empek and related products, of standard sanitation, operational procedure, and fundamentals of marketing management. In this community service, we conducted 1) survey, 2) problem-solution approach, 3) preparation, 4) implementation 5) and monitoring as well as evaluation of the program. We found the innovative work on the making of Empek-empek was efficiently delivered.*

Keywords: *Diversified; empek-empek rainbow; innovation.*

PENDAHULUAN

Empek empek merupakan makanan yang hampir seluruh masyarakat Indonesia mengetahuinya. Makanan ini banyak disukai oleh semua kalangan, baik dari anak-anak sampai lansia. Makanan ini memiliki rasa gurih dan enak khas ikan membuat banyak orang menyukainya. Empek-empek adalah makanan khas Palembang yang terbuat dari ikan dan sagu. Empek empek umumnya terbuat dari ikan tenggiri. Seiring dengan adanya kemajuan jaman empek empek tidak hanya dibuat dari ikan tenggiri saja, tetapi banyak inovasi-inovasi lain seperti diganti dengan ikan nila, ikan patin, ikan cakalang dan ikan layang.

Salah satu komoditas hasil perikanan yang cukup potensial untuk mendukung pembangunan nasional dibidang perikaan dan kelautan adalah ikan Layang (*Decapterus roselli*) (Prihartini 2006). Komoditas hasil perikanan khususnya ikan-kan pelagis kecil memiliki prospek yang sangat baik dimasa mendatang hal ini dikarenakan pola konsumsi masyarakat yang cenderung mengarah ke produk diversifikasi dan pengembangannya (Wodi *et al.* 2019). Untuk memanfaatkan peluang pasar tersebut, diperlukan sebuah upaya diversifikasi dan pengembangan produk perikanan skala komersial.

Ikan Layang merupakan bahan makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat

Indonesia. Ikan Layang mengandung energi sebesar 109 kkal, protein 22 gram, karbohidrat 0 gram, lemak 1,7 gram, kalsium 50 mg, fosfor 150 mg, dan zat besi 2 mg (Cahyono *et al.* 2019). Selain itu di dalam Ikan layang juga terkandung vitamin A sebanyak 150 IU, vitamin B1 0,05 mg dan vitamin C 0 mg. Hasil tersebut didapat dari melakukan penelitian terhadap 100 gram Ikan Layang, dengan jumlah yang dapat dimakan sebanyak 80% (Haetami, 2008). Ikan pelagis jenis layang juga mengandung histamine (Wodi *et al.*, 2018).

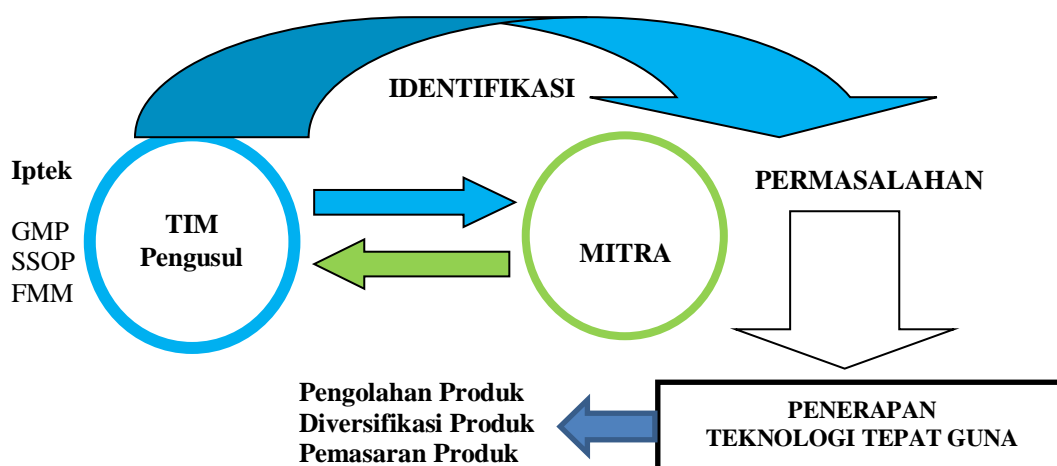
Proses pengolahan hasil perikanan yang dilakukan oleh kelompok pengolahan di Kampung Barangkalang masih menerapkan pola yang tradisional. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pengolahan, pengemasan dan juga pemasarannya. Belum adanya penerapan *Good Manufacturing Practice* dan *Standard Sanitation Operational Procedure* yang menyebabkan terjadinya kontaminasi silang antara produk dan peralatan. Sosialisasi mengenai cara berproduksi yang baik telah dilakukan, namun minimnya sarana dan prasarana pengolahan hasil perikanan membuat

kelompok ini tidak dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan standar produk komersil. Berdasarkan permasalahan tersebut perlu dilakukan pendampingan terhadap Kelompok Pengolahan Ikan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi sesuai Standar Nasional Indonesia.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan di Kantor Kapitalaung Kampung Barangkalang, Kecamatan Manganitu Selatan. Waktu kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam 1 hari yaitu pada tanggal 28 September 2019.

Metode pemecahan permasalahan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu menggunakan metode pendampingan dan demonstrasi produk (Gambar 1) kepada mitra yang sudah mendapatkan penyuluhan (Surudani dan Cahyono 2018) tentang konsep *Good Manufacturing Praticce*, *Standard Sanitation Operational Procedure* dan *Fundamentals of Marketing Management*. Konsep dalam penyelesaian masalah litra dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Konsep Penyelesaian Masalah

Konsep penerapan Good Manufacturing Practise (GMP) ditujukan untuk menghasilkan produk olahan yang bermutu, aman untuk dikonsumsi dan sesuai dengan tuntutan konsumen.

Pada prinsipnya GMP merupakan cara produksi yang memperhatikan aspek keamanan pangan dengan cara mencegah tercemarnya produk olahan oleh cemaran biologis, kimia dan benda lain.

Konsep *Standard Sanitation Operational Procedure* (SSOP) adalah adalah suatu prosedur tertulis atau tata cara yang digunakan industri untuk membantu mencapai tujuan atau sasaran keseluruhan yang diharapkan GMP dalam memproduksi dengan cara bermutu, tinggi, aman dan tertib.

Strategi *Fundamentals of Marketing Management* (FMM) dengan jalan pemasaran digunakan sebagai sarana untuk mengenalkan produk yang dihasilkan untuk para konsumen, mulai dari bahan, fitur, fungsi dan aneka detail produk. Mengidentifikasi keinginan konsumen. Pada riset strategi pemasaran produk ukm sangat perlu dilakukan. Hal ini untuk mengetahui keinginan dan perilaku para konsumen. Maka,

pengusaha bisa dengan mudah memenuhi harapan para konsumnnya mlalui produk yang dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan acara wawancara, pelatihan dan demonstrasi. Kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdi dosen Program Studi Teknologi Pengolahan Hasil Laut Jurusan Perikanan dan Kebaharian Politeknik Negeri Nusa Utara. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan adalah 10 orang yang belum membentuk UMK. Tim pengabdian dan peserta dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Tim Pengabdian dan Peserta Pelatihan.

Pemberian Materi *Standard Sanitation Operational Procedure*

Kegiatan pelatihan dirancang agar peserta dapat memahami secara komprehensif materi yang disampaikan, sehingga dapat dimplementasikan secara aplikatif dalam dunia kerja (berwirausaha). Tujuan pemberian materi ini meningkatkan

kemampuan dan pengetahuan akan penanganan makanan secara benar, mulai dari penanganan bahan baku sampai kepada pengolahan dan penyajian (Wodi *et al.* 2018). Kegiatan pemberian materi *Standard Sanitation Operational Procedure* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Pemberian Materi *Standard Sanitation Operational Procedure*

Pelatihan *Good Manufacturing Practice* Emek-Empek

Empek-empek merupakan salah satu makanan khas daerah Palembang. Meski makanan khas daerah Palembang, ternyata daerah lain sangat menyukai makanan khas ini. Tak hanya itu, banyak orang yang menjalani usaha pempek dengan profit yang lumayan. Melihat pangsa pasar pempek yang cukup bagus untuk dijalankan, baik penjualan pagi, siang, sore maupun malam. Dimana mana kita tahu di mana animo masyarakat sekarang sangat suka untuk berkuliner, mencicipi berbagai makanan dan masakan, dari satu penjual ke penjual lain dan dari satu daerah ke daerah yang lain. Kegiatan pelatihan ini didampingi oleh trainer profesional (dosen) yang telah melakukan penelitian dalam menentukan formulasi terbaik dalam pembuatan pek-empek. Pelatihan pembuatan pek-empek diikuti 10 orang peserta.

Strategi *Fundamentals of Marketing Management*

Manajemen pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel diantaranya :

Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, design, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan. Produk yang ditawarkan dari mitra adalah Empek empek

yang memiliki varian rasa pedas dari level 1 hingga level 5.

Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga yang akan ditawarkan oleh mitra kepada pelanggan berkisar antara Rp 15.000 – Rp 20.000.

Tempat

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

Promosi

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk

membelinya. Definisi promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen

sasaran agar membeli produk tersebut. Kegiatan pemberian materi *Good Manufacturing Practice* dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pemberian Materi *Good Manufacturing Practice* Emek-Empek

KESIMPULAN

Kegiatan ini dilakukan untuk mengenalkan produk diversifikasi dan pengembangannya dari hasil perikanan, memberikan pengetahuan cara penerapan sanitasi dan hygiene selama proses pengolahan dan memberikan teknik pemasaran produk yang dihasilkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Cahyono E, Jonas JF, Lalenoh BA, Kota N. 2019. Karakterisasi Kalsium Karbonat (CaCO_3) Dari Cangkang Landak Laut (*Diadema setosum*). *Jurnal Fishtech*. 8 (1): 28-34
- Haetami RR. 2008. Karakteristik surimi hasil pengkomposisian tetelan ikan kakap merah (*Latjonus* sp.) dan ikan layang (*Decapterus* sp.) pada penyimpanan beku. [Sktipsi]. Institut Pertanian Bogor.
- Prihartini A. 2006. Analisis tampilan biologi ikan layang (*Decapterus* spp) hasil tangkapan purse sine yang di daratkan di PPL Pekalongan. [Tesis]. Universitas Diponegoro.

- Surudani CJ, Cahyono E. 2018. Penguatan Program KBK Melalui Penerapan IPTEK Bidang Perikanan Terpadu Di SMK Negeri 1 Tabukan Utara. *Jurnal Ilmiah Tatengkorang*. 2:53-57
- Wodi SIM, Rieuwpassa FJ, Cahyono E. 2018. peningkatan Kualitas Hasil Tangkapan Melalui Penerapan Sistem Rantai Dingin Di Kelurahan Santiago. *Jurnal Ilmiah Tatengkorang*. 2: 70-72.
- Wodi SIM, Trilaksani W, Nurilmala M. 2018. Histamin dan Identifikasi Bakteri Pembentuk Histamin Pada Tuna Mata Besar (*Thunnus obesus*). *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan*. 9 (2), 185-192.
- Wodi SIM, Cahyono E, Kota N. 2019 Analisis Mutu Bakso Ikan Home Industri dan Komersil Di Babakan Raya Bogor. *Jurnal Fishtech*. 8 (1): 7-11

