

Perluasan Pasar dan Penambahan Umur Simpan Ikan Asap Desa Gebang, Bangkalan, Madura dengan Teknologi Pengemasan Vakum

(Market Expansion and Increasing the Shelf-Life of Smoked Fish in Gebang Village, Bangkalan, Madura with Vacuum Packaging Technology)

**Supandi Hermawan^{1*}, Roelly Ainul Yaqin², Abdul Adhim³, Eviyanti Choirunnisa⁴,
Rizqiyatul Amaliyah⁵, I Wayan Astika⁶**

¹Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

²Departemen Agronomi dan Hortikultura, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

³Departemen Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

⁴Program Studi Teknologi Industri Benih, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Jl. Kumbang No.14, RT 02/06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat 16128.

⁵Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Jl. Kumbang No.14, RT 02/06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat 16128.

⁶Departemen Teknik Mesin dan Biosistem, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

*Penulis Korespondensi: supandi_hermawan@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Sebagian besar masyarakat Dusun Gupot Tanjung, Desa Gebang bermata pencaharian sebagai pengusaha ikan asap. Kegiatan pengolahan ikan asap sudah menjadi identitas masyarakat Dusun Gupot Tanjung, namun pengolahan ikan asap masih dilakukan secara konvensional dan dijual terbuka di pasar lokal, sehingga perlu dilakukan pengembangan inovasi guna meningkatkan nilai tambah produk. Inovasi penggunaan kemasan vakum dan pemasaran *online* dapat diterapkan pada produk ikan asap. Adanya inovasi tersebut dapat meminimalisasi produk ikan asap dari berbagai macam residu dan penyakit serta memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan baik terkait umur simpan produk ikan asap, metode pembungkusan plastik vakum, dan perluasan jangkauan pemasaran produk. Metode pelaksanaan terdiri dari beberapa kegiatan yaitu sosialisasi inovasi produk, praktik pengemasan vakum dan pelabelan, pemasaran *online*, serta diskusi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa adanya inovasi pengemasan vakum memberikan nilai tambah produk dengan bertambahnya umur simpan ikan dari 2-3 hari menjadi 4-7 hari. Pemasaran *online* dilakukan melalui media sosial *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram* untuk memperluas jangkauan pasar produk. Selain dilakukan secara *online*, pemasaran juga dilakukan secara langsung pada kegiatan *Car Free Day*.

Kata kunci: ikan asap, pengemasan, pemasaran

ABSTRACT

Most of the people of Gupot Tanjung, Gebang Village make their living as smoked fish entrepreneurs. Smoked fish processing activities has become the identity of the people of Gupot Tanjung, but the smoked fish processing is still carried out conventionally and is sold openly in the

local market, so it is necessary to develop innovations to increase the added value of the product. The innovative use of vacuum packaging and online marketing can be applied to smoked fish products. The existence of this innovation can minimize smoked fish products from various kinds of residues and diseases and expand market reach. This activity aims to improve knowledge and skills related to the shelf-life of smoked fish products, vacuum plastic wrapping methods, and expansion of product marketing reach. The implementation method consists of several activities, namely the socialization of product innovation, the practice of vacuum packaging and labeling, online marketing, and discussions. The results showed that the vacuum packaging innovation provided added value to the product by increasing the shelf life of fish from 2-3 days to 4-7 days. Online marketing is carried out through social media Facebook, WhatsApp and Instagram to expand the product market reach. Apart from being carried out online, marketing is also carried out directly at Car Free Day activities.

Keywords: smoked fish, packaging, marketing

PENDAHULUAN

Desa Gebang merupakan salah satu desa di Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur. Secara geografis, Desa Gebang merupakan wilayah dataran rendah dengan ketinggian 10 m dari permukaan laut serta termasuk daerah pesisir. Desa Gebang memiliki banyak potensi hasil alam yang cukup beragam salah satunya adalah sektor perikanan. Desa Gebang memiliki hasil tangkapan ikan yang cukup tinggi dan beragam jenisnya. Hasil tangkapan perikanan tangkap di Desa Gebang tahun 2020 mencapai 129 ton yang meliputi jenis ikan layang, ikan cakalang, ikan tuna, ikan tongkol, ikan banyar, ikan tenggiri, dan ikan alu-alu (BPS 2020). Hasil tangkapan nelayan tersebut ada yang dijual segar untuk langsung dikonsumsi, didistribusikan ke pengepul atau pabrik, serta ada yang diolah sebelum dijual kepada konsumen dengan cara diawetkan melalui pengasapan ikan.

Pengawetan bahan pangan dapat dilakukan dengan berbagai cara yang umumnya bekerja atas dasar mematikan atau menghambat pertumbuhan organisme. Pengawetan merupakan penanggulangan resiko kerusakan bahan pangan selama penyimpanan (Afrianti 2013). Pengawetan ikan dengan metode pengasapan sudah lama dilakukan masyarakat Desa Gebang. Pengasapan ikan merupakan salah satu cara mengolah dan mengawetkan ikan menggunakan asap hasil pembakaran tempurung kelapa untuk menyerap berbagai macam senyawa kimia yang berasal dari asap ke dalam ikan. Proses pengolahan ikan asap di Desa Gebang masih dilakukan secara konvensional. Bahan baku berupa ikan hasil tangkap yang telah dibersihkan dan dipotong-potong, lalu direndam, kemudian ditusuk dengan bambu seperti penusuk sate (sujin), selanjutnya diasapi, dan dikering-anginkan untuk mengurangi kadar air. Menurut Wulandari *et al.* (2008) dalam Muslimin *et al.* (2016), tinggi rendahnya kandungan air pada bahan pangan akan mempengaruhi kondisi fisik bahan pangan dan mengakibatkan kerusakan secara kimiawi dan mikrobiologi, sehingga produk pangan memiliki kualitas yang rendah serta umur simpan yang relatif singkat. Metode pengasapan yang digunakan adalah pengasapan panas dimana bahan baku diletakkan di atas sumber asap dengan jarak kurang dari 30 cm (Sulfiani *et al.* 2017).

Kegiatan pengasapan ikan masih dilakukan pada skala rumah tangga, salah satu contohnya adalah usaha pengasapan ikan yang berada di Dusun Gupot Tanjung Desa Gebang. Peralatan yang digunakan masih sederhana yaitu berupa tungku yang dindingnya terbuat dari batu bata, menggunakan potongan bambu yang dibuat seperti alas berbentuk persegi sebagai tempat untuk menyusun ikan, serta diasapi di ruang terbuka yang tidak

dilengkapi dengan cerobong asap. Bahan bakar untuk pengasapan ikan pada usaha pengasapan ikan Dusun Gupot Tanjung murni menggunakan tempurung kelapa. Selama 14 tahun menjual ikan asap, produk ikan asap Dusun Gupot Tanjung selalu habis terjual di Pasar Ki Lemah Duwur Bangkalan. Mayoritas pelanggan ikan ialah ibu rumah tangga, pedagang lauk keliling, serta karyawan di instansi pemerintahan. Penjualan ikan asap dilakukan sejak pukul 12 malam dan habis terjual paling lama pukul 7 pagi.

Menurut catatan BPS (2020), Desa Gebang memiliki 28 unit usaha pengasapan ikan. Skala pemasaran ikan asap yang ada di Desa Gebang masih mencakup di pasar tradisional. Perluasan skala pemasaran ikan asap perlu dilakukan pengembangan pada produk ikan asap, salah satunya mengenai cara pengemasan. Kemasan ikan asap yang selama ini digunakan yaitu kertas koran bekas sebagai kemasan primer, serta kantong plastik HDPE sebagai kemasan sekunder. Hal ini mengakibatkan daya simpan ikan asap hanya berkisar satu hingga dua hari. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nofreana *et al.* (2017) bahwa ikan asap yang dibiarkan terbuka mudah mengalami reaksi oksidasi sehingga mengalami pembusukan lebih cepat. Cara untuk meningkatkan umur simpan produk ikan asap agar lebih tahan lama yaitu dengan mengemas ikan asap menggunakan kemasan plastik vakum. Selain untuk meningkatkan umur simpan, kemasan plastik vakum membuat ikan asap lebih higienis dan meminimalisasi kontaminasi penyakit serta dapat memberikan identitas produk ikan asap ketika produk tersebut didistribusikan ke luar Desa Gebang.

Teknologi pengemasan ikan asap menggunakan plastik vakum perlu dilakukan pendampingan kepada kelompok masyarakat Dusun Gupot Tanjung. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperluas jangkauan pemasaran ikan asap dengan memberikan inovasi pengemasan plastik vakum guna meningkatkan daya simpan dan mutu produk ikan asap.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Lokasi dan waktu kegiatan

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat berada di Desa Gebang, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur. Mitra sasaran kegiatan ini adalah kelompok masyarakat Dusun Gupot Tanjung di Desa Gebang yang berjumlah 10 orang. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan November 2020 hingga Januari 2021.

Bahan dan alat

Bahan yang dibutuhkan untuk kegiatan ini adalah ikan asap yang berasal dari pengrajin ikan asap Dusun Gupot Tanjung, plastik *vacuum emboos* berbahan nilon ukuran 20 cm × 500 cm dan 30 cm × 500 cm, serta label sebagai identitas produk pada kemasan. Peralatan yang diperlukan yaitu *vacuum food sealer* XinBaoLong® model QH-12 dan gunting.

Metode pelaksanaan kegiatan

Beberapa metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini di antaranya yaitu:

- **Sosialisasi**

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada kelompok masyarakat di Dusun Gupot Tanjung, Desa Gebang, Kecamatan Bangkalan. Sosialisasi berupa pemaparan materi mengenai pengetahuan ikan asap dan

pengemasannya, perluasan pangsa pasar berbasis *online*, dan cara penggunaan alat vakum dalam mengemas ikan asap tersebut.

- **Praktik**

Praktik dilakukan setelah penyampaian materi sosialisasi. Praktik yang dilakukan yaitu praktik pengemasan ikan asap dengan metode vakum, pemberian label pada kemasan ikan asap yang telah divakum, serta praktik pembuatan dan penggunaan media sosial untuk memperluas pemasaran produk ikan asap.

- **Diskusi**

Diskusi dilakukan dengan memberi kesempatan anggota masyarakat untuk memberikan pertanyaan mengenai materi yang disampaikan. Tujuan metode diskusi supaya anggota masyarakat lebih aktif dan lebih mudah memahami materi yang disampaikan sekaligus berbagi pengalaman mengenai ikan asap ini.

Metode pengumpulan dan analisis data

Metode pengumpulan data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara pengamatan, observasi, dan wawancara. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara langsung dengan narasumber serta melalui pengisian kuesioner. Wawancara secara langsung dilakukan dengan salah satu pengrajin ikan asap Dusun Gupot Tanjung untuk mendapatkan informasi mengenai produksi dan penjualan ikan asap. Kuesioner dilakukan melalui pengisian *Google Form* untuk mendapatkan informasi pasar. Data sekunder diperoleh dari penelusuran kepustakaan melalui literatur dan artikel yang berkaitan dengan topik pembahasan. Pengolahan dan analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dan reduksi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Program kepada Masyarakat

Sosialisasi program kegiatan dilakukan untuk berkenalan dengan mitra serta melakukan diskusi bersama mitra (Gambar 1). Kegiatan sosialisasi dihadiri sepuluh anggota masyarakat beserta ketua dusun. Sosialisasi membahas tentang pengetahuan ikan asap menggunakan pengemasan vakum dan cara pemasarannya secara *online*.

Sosialisasi diawali dengan penjelasan potensi ikan asap yang masih dapat dikembangkan baik dari perluasan pasar, penambahan umur simpan serta kehygienisan



a



b

Gambar 1 a) Penjelasan potensi ikan asap dan b) Praktik penggunaan alat vakum.

ikan asap melalui pengemasan vakum. Sosialisasi dilanjutkan dengan mempraktikkan penggunaan alat vakum yang akan digunakan untuk memproduksi ikan asap vakum. Selain itu, sosialisasi dilanjutkan dengan penjelasan pemasaran melalui *online* dengan memanfaatkan media sosial berupa *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*.

Penentuan Umur Simpan Ikan Asap

Penentuan umur simpan ikan asap ditentukan berdasarkan perlakuan secara optimal hasil analisis varian dari data pengamatan umur simpan ikan asap yang dikemas vakum. Pengamatan dilakukan untuk membuktikan dugaan pengaruh perbedaan temperatur dan jenis ikan asap terhadap umur simpan ikan asap (Tabel 1). Sebanyak tiga jenis ikan asap tiga jenis disimpan dalam temperatur penyimpanan yang berbeda yaitu -18°C pada suhu kulkas di bagian freezer, 4°C pada suhu kulkas biasa, dan 25°C pada suhu kamar.

Tabel 2 menunjukkan hasil uji analisis varian menunjukkan bahwa jenis ikan asap tidak memengaruhi umur simpan ikan asap, sementara temperatur penyimpanan merupakan faktor yang dapat memengaruhi umur simpan ikan asap. Semakin rendah temperatur maka umur simpan semakin lama, hal ini dikarenakan aktivitas air dalam ikan asap berkurang pada kondisi temperatur rendah (Lamona 2015). Temperatur -18°C merupakan perlakuan yang memberikan umur simpan paling lama. Oleh karena itu, ikan asap secara optimal dapat disimpan pada temperatur -18°C dengan rata-rata umur simpan 14,7 hari.

Survei Pasar

Pengumpulan data survei pasar didapatkan dari hasil kuesioner melalui *Google Form*. Hasil pengumpulan data metode kuesioner didapatkan sebanyak 83 responden. Berdasarkan data hasil kuesioner sebanyak 39 responden dari 83 responden menganggap bahwa ikan asap yang dibeli tingkat ke higienisannya masih diragukan (Gambar 2). Hal

Tabel 1 Hasil pengamatan umur simpan ikan asap

Jenis ikan asap	Temperatur ($^{\circ}\text{C}$)	Masa simpan (hari)	
		Ulangan 1	Ulangan 2
Tenggiri	-18	14	20
	4	8	10
	25	3	4
Banyar	-18	10	14
	4	6	9
	25	1	3
Barakuda	-18	12	18
	4	8	9
	25	2	4

Tabel 2 Derajat kebebasan (df), *sum square* (SS), *mean square* (MS), F hitung, dan F tabel

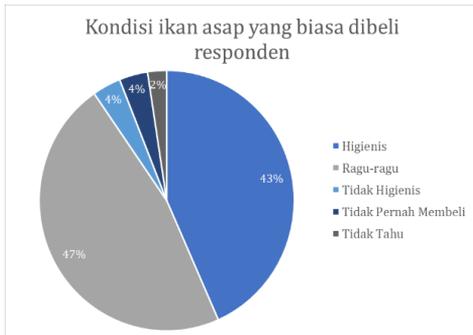
Sumber keragaman	df	SS	MS	F hitung	F tabel ($\alpha = 5\%$)
Temperatur ($^{\circ}\text{C}$)	2	420,78	210,39	41,70**	3,98
Jenis ikan asap	2	21,78	10,89	2,16	3,98
Galat	13	55,50	5,05		
Total	17	506,28			

Keterangan: ** = perlakuan berbeda sangat nyata

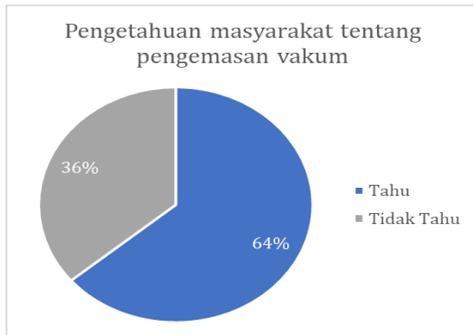
tersebut disebabkan oleh penjualan ikan asap yang masih terbuka dan terkontaminasi udara.

Sebagian besar responden mengetahui tentang pengemasan vakum ikan asap. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil kuesioner yaitu sebesar 53 responden dari 83 responden mengetahui tentang pengemasan vakum (Gambar 3).

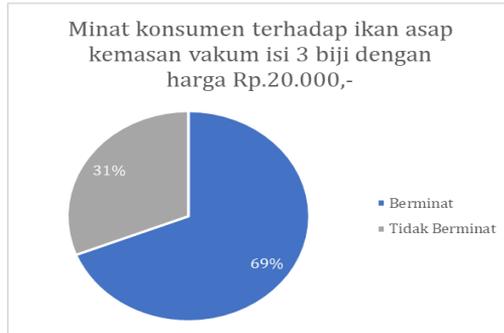
Data hasil kuesioner menunjukkan sebanyak 57 responden dari 83 responden berminat terhadap ikan asap vakum yang dijual dengan harga Rp20.000 (Gambar 4). Setiap kemasannya terdiri atas tiga ekor ikan asap banyar dalam keadaan utuh. Minat masyarakat disebabkan oleh pengemasan ikan asap yang lebih higienis dibandingkan ikan asap yang dijual secara terbuka di pasar dan umur simpan ikan yang lebih lama.



Gambar 2 Kondisi ikan asap yang biasa dibeli konsumen.



Gambar 3 Pengetahuan masyarakat tentang pengemasan vakum.



Gambar 4 Minat konsumen terhadap ikan asap kemasan vakum.

Strategi Pemasaran STP

- **Segmentasi pasar (*segmentation*)**

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya (Kasmir dan Jakfar 2016). Segmentasi pasar produk ikan asap vakum secara demografis ditujukan kepada ibu rumah tangga yang memiliki pendapatan menengah ke atas dan menyukai gaya hidup praktis karena produk ini memiliki daya simpan selama satu minggu pada suhu kulkas. Berdasarkan segmentasi demografis, pemasaran ikan asap vakum dipasarkan di wilayah Kabupaten Bangkalan.

- **Penetapan pasar sasaran (*targeting*)**

Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran menurut Kasmir dan Jakfar (2016) adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan. Pasar sasaran yang menjadi tujuan produk ikan asap vakum yaitu ibu rumah tangga dengan pendapatan ekonomi menengah ke atas yang memiliki daya minat terhadap ikan asap. Penentuan target pasar ini disesuaikan dengan daya beli pasar terhadap produk.

- **Penetapan produk (*positioning*)**

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen (Kasmir dan Jakfar 2016). Ikan asap vakum yang dihasilkan Dusun Gupot Tanjung memiliki mutu yang cukup baik dengan kemasan kedap udara sehingga menambah daya simpan produk menjadi satu minggu bila disimpan pada suhu kulkas. Kondisi tersebut menunjukkan *positioning* produk dalam melakukan promosi bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai tambah lebih tinggi daripada pesaingnya. Selain itu, penggunaan Bahasa Madura sebagai nama produk yang tertera pada label ikan asap vakum menunjukkan identitas ikan asap yang berasal dari Pulau Madura sehingga memudahkan untuk mendapatkan citra produk di benak konsumen.

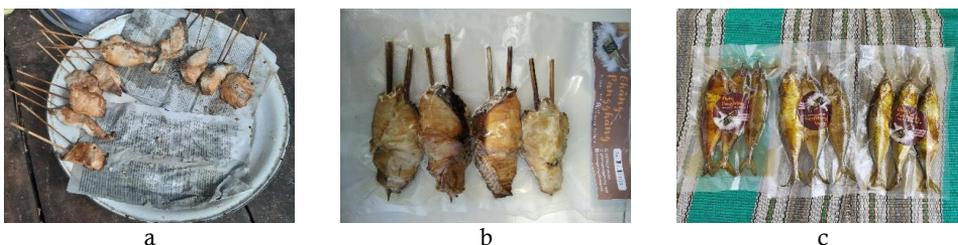
Bauran pemasaran

- **Produk (*product*)**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2016) produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk di antaranya penentuan logo dan moto, menciptakan merek, menciptakan kemasan, dan keputusan label. Produk ikan asap vakum merupakan ikan yang diolah melalui proses pengasapan dan dikemas menggunakan plastik vakum kedap udara (Gambar 5). Pengemasan vakum bertujuan memberikan nilai tambah produk dan menjadikan produk lebih higienis. Produk ini terdiri atas dua jenis ikan yaitu ikan banyar dan ikan barakuda. Setiap kemasan ikan banyar terdiri atas tiga ekor ikan asap banyar utuh, sedangkan satu kemasan barakuda berisi empat buah potongan ikan asap. Umur simpan ikan asap dicantumkan melalui tanggal kadaluarsa pada label.

- **Harga (*price*)**

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat



Gambar 5 a) Ikan asap dijual terbuka; b) Ikan asap barakuda dikemas vakum isi 4 potong; dan c) Ikan asap banyar dikemas vakum isi 3 ekor

harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan (Kasmir dan Jakfar 2016). Penetapan harga ikan asap didasarkan oleh perhitungan biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan hasil perhitungan ikan asap banyar dijual dengan harga Rp20.000 dan ikan asap barakuda seharga Rp15.000. Pengemasan vakum memberikan keuntungan sebesar Rp3.500 per kemasan ikan asap banyar dan sebesar Rp2.000 per kemasan ikan asap barakuda (Tabel 3).

Tabel 3 Penentuan harga jual ikan asap kemasan vakum

Uraian	Ikan asap banyar (1 kemasan)	Ikan asap barakuda (kemasan)
Bahan baku ikan asap	Rp15.000	Rp12.000
Plastik vakum	Rp1.000	Rp1.000
Total biaya	Rp16.500	Rp13.000
Harga jual	Rp20.000	Rp15.000

- **Distribusi (*place*)**

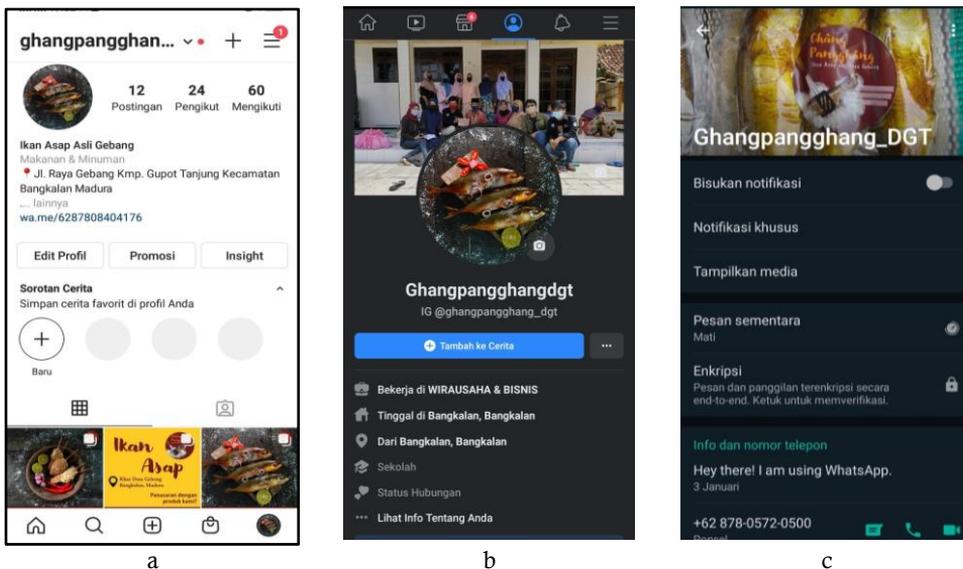
Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Distribusi pemasaran produk ikan asap vakum berlokasi di Stadion Gelora Bangkalan karena lokasinya yang berdekatan dengan target pasar sehingga memudahkan dalam menjangkau konsumen. Pemesanan produk melalui media *online* tidak akan dikenakan biaya pengiriman untuk daerah Bangkalan.

- **Promosi (*promotion*)**

Kegiatan promosi dilakukan untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Kegiatan promosi ikan asap dilakukan baik secara *offline* maupun *online*. Promosi *offline* dilakukan dengan cara menawarkan produk secara langsung kepada konsumen, sedangkan promosi *online* menggunakan media sosial *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Facebook*. Menurut Kerpen (2011), sosial media merupakan sebuah revolusi media yang memberikan konsumen kekuatan penuh dalam mendapatkan sebuah informasi dan menyampaikan sebuah informasi. Adanya media sosial memberikan informasi mengenai harga dan jenis produk yang ditawarkan untuk menjangkau pasar potensial. Nurmalina *et al.* (2018) berpendapat bahwa pasar potensial merupakan keseluruhan jumlah produk yang mungkin dapat dijual dalam pasar tertentu. Hal tersebut ditunjukkan pada konsumen potensial berupa pengikut *Instagram* sebanyak 24 orang, *Facebook* sebanyak 887 teman, dan *WhatsApp*. Terdapat satu konsumen potensial di *instagram* dan dua konsumen potensial pada *Facebook*. Tampilan media promosi terlihat pada Gambar 6.

Penjualan Ikan Asap

Penjualan ikan asap dilakukan untuk mendapatkan data penjualan yang dilaksanakan sebanyak dua kali pada tanggal 27 Desember 2020 dan 3 Januari 2021 yang berlokasi di Stadion Gelora Bangkalan. Penjualan ikan asap terdiri dari dua jenis ikan yaitu ikan banyar dan ikan barakuda. Penjualan terbesar terdapat pada ikan banyar dengan jumlah penjualan sebanyak 13 bungkus dan penerimaan sebesar Rp260.000. Jumlah penjualan melalui media *online* sebanyak satu konsumen ikan banyar dan penjualan secara langsung sebanyak 12 konsumen ikan banyar dan 3 konsumen ikan barakuda (Tabel 4).



Gambar 6 a) Media promosi *instagram*; b) Media promosi *facebook*; dan c) Media promosi *whatsapp*.

Tabel 4 Hasil penjualan ikan asap secara online dan offline

Jenis ikan	Metode Penjualan	Jumlah	Harga per kemasan (Rp)	Penerimaan (Rp)
Ikan banyar	Langsung	12	20.000	240.000
	Media Sosial	1		20.000
Ikan barakuda	Langsung	3	15.000	5.000
	Media Sosial	0		0
Total penerimaan				305.000

Kendala, Dampak, dan Upaya Berkelanjutan Program

Kendala yang dihadapi antara lain kurangnya partisipasi warga karena alat yang dipakai mahal, penggunaan alat vakum masih terbilang sulit, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan media sosial untuk pemasaran *online*. Dampak penerapan teknologi pengemasan vakum yaitu dapat memperluas pasar, membuat lebih higienis dan umur simpannya lebih lama. Upaya berkelanjutan program yaitu dengan adanya pendampingan kepada masyarakat Dusun Gupot Tanjung dan memberikan inovasi lain pada produk, seperti mengemas ikan asap dalam keadaan siap dihidangkan (sudah digoreng/dikukus) dengan tambahan sambal.

SIMPULAN

Penerapan teknologi pengemasan vakum dapat memperluas jangkauan pasar ikan asap Desa Gebang, Bangkalan, Madura. Ikan asap tidak hanya terjual di pasar tradisional saja, namun juga ke daerah lain melalui penjualan *online*. Selain itu, teknologi pengemasan vakum dapat menambah umur simpan ikan asap. Ikan asap tanpa pengemasan vakum hanya dapat bertahan 2-3 hari, sedangkan dengan pengemasan vakum dapat bertahan lebih dari satu minggu. Penerapan kemasan vakum juga membuat ikan asap lebih higienis.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim IPB *Goes To Field* kelompok COBER menghaturkan terima kasih kepada LPPM IPB University yang telah mengadakan kegiatan IGTF Domisili dan mendanai kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Gupot Tanjung, Desa Gebang, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan. Terima kasih kami sampaikan kepada kelompok masyarakat DGT (Dusun Gupot Tanjung) yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktu dalam pelaksanaan kegiatan, serta bersedia menjadi lokasi singgah praktik kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. *Data Dasar Profil Desa Gebang*: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan.
- Afrianti LH. 2013. *Teknologi Pengawetan Pangan*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Kasmir, Jakfar. 2016. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Kerpen D. 2011. *Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazing on Facebook (and Other Social Networks)*. New York (US): McGraw-Hill.
- Lamona A. 2015. Pengaruh jenis kemasan dan penyimpanan suhu rendah terhadap perubahan kualitas cabai merah keriting segar. *Jurnal Keteknik Pertanian*. 3(2): 145-152.
- Latifah N, Handayani PK, Muzid S. 2019. Perluasan pangsa pasar dan peningkatan pendapatan Mina Collection Kudus *Online Marketing*. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*. 1(2): 67-61.
- Muslimin, Naiu AS, Yusuf N. 2016. umur simpan produk julung-julung asap tumbuk halus pada kemasan polietilen dan semi aluminium foil. *Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*. 4(1): 32-37.
- Nofreeana A, Masi A, Deviarni IM. 2017. Pengaruh pengemasan vakum terhadap perubahan mikrobiologi, aktivitas air, dan pH pada ikan pari asap. *Jurnal Teknologi Pangan*. 8(1): 66-73.
- Nurmalina R, Sarianti T, Karyadi A. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor : IPB Press.
- Sulfiani A, Sukainah, Mustarin A. 2017. Pengaruh lama dan suhu pengasapan dengan menggunakan metode pengasapan panas terhadap mutu ikan lele asap. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*. 3(1): 93-101.