

PENINGKATAN PENGETAHUAN, SIKAP
DAN KETERAMPILAN MELALUI
PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN
USAHA OLAHAN KERUPUK IKAN
TONGKOL PADA KELOMPOK ISTRI
NELAYAN DI KECAMATAN SIMEULUE
TIMUR KABUPATEN SIMEULUE
PROVINSI ACEH

By Sisi Melina

**PENINGKATAN PENGETAHUAN, SIKAP DAN KETERAMPILAN
MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN USAHA OLAHAN⁸
KERUPUK IKAN TONGKOL PADA KELOMPOK ISTRI NELAYAN DI⁸
KECAMATAN SIMEULUE TIMUR
KABUPATEN SIMEULUE PROVINSI ACEH**

PENDAHULUAN

Kecamatan Simeulue Timur terdiri dari 17 desa dengan luas wilayah 17.597 Ha dan berada di wilayah pesisir yang kaya akan potensi perikanan tangkap. Komoditas utama hasil tangkapan para nelayan yaitu ikan pelagis seperti Ikan Tongkol. Hasil tangkapan ikan tongkol sebanyak 252.30 ton/thn dan jumlah hasil tangkapan nelayan rata-rata sebanyak 30kg/trip. Penangkapan ikan dilakukan oleh nelayan secara *one day fishing*.

Pembangunan perikanan tidak lepas dari peran sumber daya manusia. SDM perikanan yang cukup banyak mendukung hasil tangkapan Simeulue yang cukup melimpah. Tercatat rumah tangga perikanan (RTP) di Kecamatan Simeulue Timur sebanyak 865 RTP penangkapan ikan. Melimpahnya hasil tangkapan, yaitu ikan tongkol membuat harga jual ikan saat ini menurun menjadi Rp. 10.000,- per kg dari harga normal Rp.15.000,- per kg. Upaya untuk mengatasi jatuhnya harga ikan, maka dapat dilakukan pengolahan produk perikanan. Salah satunya adalah komoditas ikan Tongkol mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi produk olahan. Di Kecamatan Simeulue potensi ini belum dapat dikembangkan dengan baik. Selain itu, kurangnya minat dan keterampilan dalam mengolah Ikan Tongkol menjadi produk yang siap dimakan (*ready to eat*) dan (*ready to cook*). Pada musim ikan, nelayan mendapatkan hasil tangkapan lebih, namun kelebihan ikan tersebut tidak tahu akan diapakan sehingga ikan tersebut menjadi busuk dan terbuang sia-sia, sedangkan musim terang bulan maka sangat susah untuk mendapatkan ikan. Seharusnya pada saat musim ikan, istri nelayan dapat mengolah ikan tersebut menjadi olahan ikan asin atau olahan ikan lainnya, sehingga dapat menambah pendapatan para nelayan.

Jumlah penduduk Kecamatan Simeulue Timur sebanyak 26.109 jiwa yaitu terdiri dari 13.488 laki-laki dan 12.621 perempuan. Rata-rata istri nelayan di Kecamatan Simeulue Timur hanya menjadi Ibu Rumah Tangga yang melakukan

pekerjaan domestic rumah tangga saja. Keterlibatan seluruh anggota keluarga dalam usaha nelayan mutlak dibutuhkan, keterlibatan perempuan memiliki peran luar biasa baik didalam mengelola rumah tangga maupun pendapatan rumah tangga (Puspitasari et al., 2013). Perlu adanya kegiatan yang produktif pada bidang pengolahan dengan melibatkan para istri nelayan sehingga dapat membantu suami dalam perekonomian keluarga.

Berdasarkan potensi tersebut, olahan ikan dipandang strategis dalam penanggulangan masalah gizi dan ekonomi masyarakat (Marsigit, 2010). Masyarakat yang ingin memiliki alternatif usaha dalam bidang pengolahan perikanan inilah yang tepat karena masih memiliki peluang yang sangat besar. Upaya pengembangan usaha sebaiknya memiliki ciri khas seperti kemasan dan menggunakan strategi pemasaran *online* akan memudahkan produk tersebut diterima oleh khalayak banyak. Pemanfaatan peluang pasar dapat dilakukan dengan peningkatan pemasaran produk olahan melalui kemasan produk dan pemasaran *online* untuk memikat konsumen (Purnavita et al., 2018). Prinsip penyuluhan adalah tetap mengutamakan kebutuhan pelaku utama sebagai paradigma dominan dalam penyelenggaraan sistem penyuluhan tersebut. Penyuluhan menjadi penting untuk merubah perilaku Responden pelaku usaha perikanan untuk meningkatkan kesejahteraannya melalui kelompok perikanan (Amanah 2008). Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas kegiatan penyuluhan dengan metode demonstrasi cara, sosialisasi pengemasan label dan sosialisasi pemasaran *online* dalam peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan kelompok istri nelayan.

BAHAN DAN METODE

Pelaksanaan penelitian dimulai tanggal 8 Maret hingga tanggal 5 Juni 2021 bertempat di Kecamatan Simeulue Timur, Kabupaten Simeulue, Provinsi Aceh. Penelitian ini adalah mengamati perubahan pengetahuan, sikap dan keterampilan responden setelah dilaksanakan penyuluhan. Metode penyuluhan menggunakan demonstrasi cara (demcar) pembuatan produk olahan ikan, dan sosialisasi pengemasan produk dan pemasaran online. Evaluasi hasil penyuluhan

membandingkan perubahan pengetahuan, sikap dan keterampilan responden pada saat sebelum dan sesudah penyuluhan.

Data primer didapatkan dari hasil wawancara menggunakan kuesioner, observasi, dan partisipasi langsung di lapangan. Data sekunder diperoleh dari literature terkait penelitian, pustaka maupun media internet. Data dianalisis secara statistic deskriptif. Data hasil analisis berupa data kuantitatif disajikan dalam bentuk uraian dan tabulasi sederhana seperti tabel, diagram, grafik.

Responden pada penelitian ini adalah anggota Kelompok Barokah sebanyak 12 orang istri nelayan. Pengambilan data pada penelitian ini dilakuakndengan menggunakan kuisioner melalui evaluasi awal (*pre-test*) sebelum penyampaian materi dan evaluasi akhir (*post-test*) setelah penyampaian materi dan diskusi. Hasil evaluasi kemudian dihitung yakni nilai perubahan yang terjadi dengan cara mencari selisih dari kegiatan evaluasi awal dan evaluasi akhir. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peningkatan pengetahuan dan sikap Responden terhadap materi penyuluhan yang disampaikan.

HASIL DAN BAHASAN

HASIL

Karakteristik Responden

Penelitian telah dilaksanakan di Kecamatan Simeulue Timur dengan Responden kelompok Barokah di Desa Suka Karyayang mempunyai anggota sebanyak 12 orang. Berdasarkan usia, pada kelompok usia muda berjumlah 1, kelompok usia sedang berjumlah 9 orang dan kelompok usia tua berjumlah 2 orang. Berdasarkan tingkat pendidikan, kategori pendidikan rendah terdapat 5 orang dan kategori pendidikan sedang terdapat 7 orang. Karakteristik Responden dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penyuluhan

Table 1. Characteristics of Counseling respondents

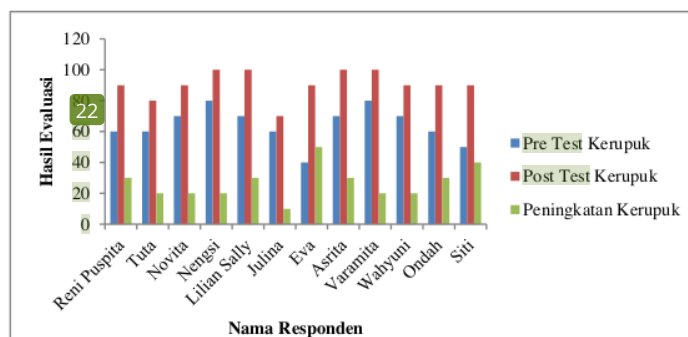
Usia			Tingkat Pendidikan		
Kategori	Standart (Tahun)	Jumlah	Kategori	Standart	Jumlah
				(Pendidkan Formal)	
Muda	≤33	1	Rendah	SD-SMP	5

Sedang	33-47	9	Sedang	SMA	7
Tua	≥47	2	Tinggi	≥D3	-
Total Jumlah Responden		12	Total Jumlah Responden		12

Peningkatan Pengetahuan, sikap dan keterampilan melalui kegiatan demonstrasi cara pembuatan olahan krupuk ikan

Hasil tangkapan yang melimpah pada saat musim ikan menyebabkan harga Ikan tongkol turun drastis dan banyak ikan yang tidak terjual sehingga mati dan tidak dimanfaatkan. Ikan merupakan produk yang mudah rusak, maka olahan krupuk ikan tongkol dapat menjadi solusi pada saat terjadi kelimpahan hasil tangkapan ikan tongkol dan memberikan nilai tambah pada ikan tongkol. Nilai tambah diperoleh pada kegiatan pengolahan hasil perikanan (Nurhayati, 2004).

Adanya hasil tangkapan yang terbuang menandakan kurangnya pengetahuan mengenai pengolahan ikan di lokasi riset. Program demonstrasi cara pembuatan krupuk ikan tongkol ini dapat membantu meningkatkan pengetahuan, sikap serta keterampilan Responden agar dapat mengolah ikan tongkol menjadi produk olahan. Evaluasi terhadap program ini dilaksanakan mengetahui apakah terjadi peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan. Evaluasi dilakukan padatiga aspek yaitu evaluasi pengetahuan, sikap dan keterampilan. Hasil evaluasi pengetahuan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.

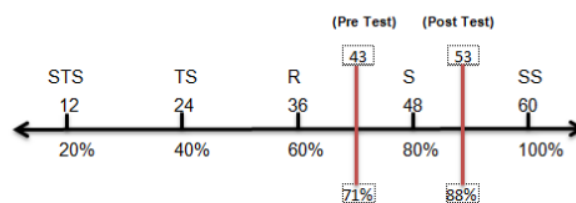


Gambar 1. Grafik Evaluasi Aspek Pengetahuan (Krupuk Ikan Tongkol)

Figure 1. Graphics of Evaluation of Knowledge Aspects (Tongkol Fish Crackers)

Berdasarkan grafik 1. diatas dapat dilihat bahwa dari 12 orang Responden tidak ada yang mengalami penurunan. Telah terjadi perubahan nilai rata-rata aspek pengetahuandari 12 responden yang semula 64,1 meningkat menjadi 90,8 dari 10 soal yang diberikan, adapun setelah dilakukannya post test didapatkan nilai peningkatan dengan rata-rata peningkatan 26,6%.Peningkatan pengetahuan yang dialami pelaku utama atau pelaku usaha merupakan salah satu indikasi efektifnya penyuluhan yang telah dilakukan (Indreswari and Dewanti 2014).

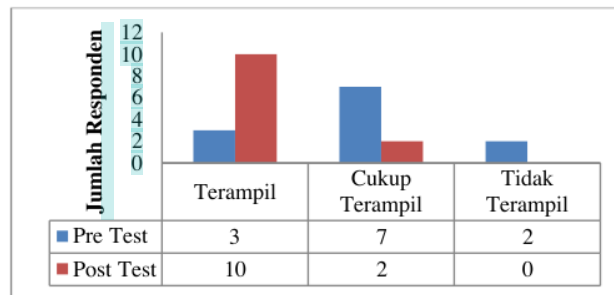
Hasil evaluasi sikap dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Garis Kontinum Kerupuk Ikan Tongkol
Figure 2. Continuum Line of Tongkol Fish Crackers

Berdasarkan Gambar 2 hasil garis kontinum perhitungan evaluasi sikap Respondensebelum dilakukannya kegiatan demonstrasi cara (demcar) pembuatankerupuk ikan tongkol diperoleh hasil dengan skor 43 dan nilai garis kontinum 71% cenderung kearah setuju kemudian setelah dilakukan demcar pada saat tahap post-test meningkat skornya menjadi 53 sehingga diperoleh perhitungan nilai garis kontinum 88%. Artinya terjadi peningkatan sebesar 16,6% pada Responden dan berada pada kategori sangat setuju.Perubahan sikap sasaran penyuluhan yang lebih baik setelah dilakukan penyuluhan mempunyai tujuan akhir yaitu kesejahteraan hidup yang lebih baik (Safrida, Makmur, and Fachri 2015).

Hasil evaluasi keterampilan dapat dilihat pada Gambar 3.

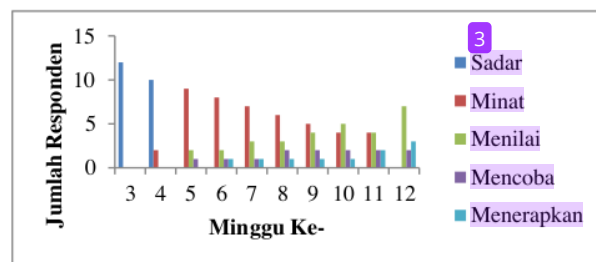


Gambar 3. Grafik Aspek Keterampilan Kerupuk Ikan Tongkol

Figure 3. Graphs of Aspects of Skills of Tongkol Fish Crackers

Berdasarkan grafik diatas aspek keterampilan (pembuatan Kerupuk Ikan Tongkol) pada evaluasi awal hanya ada 3 orang yang terampil kemudian untuk hasil evaluasi akhir setelah dilakukannya penyuluhan keterampilan yang diperoleh dengan jumlah Responden yang terampil menjadi 10 orang. Menurut Widoyoko, Kustilah, and P²ilih (2020) menyatakan bahwa program dikatakan gagal apabila tidak terdapat perubahan sikap, peningkatan pengetahuan maupun perbaikan keterampilan pada peserta training.

Adapun pengukuran adopsi inovasi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Grafik Evaluasi Adopsi Kerupuk Ikan Tongkol

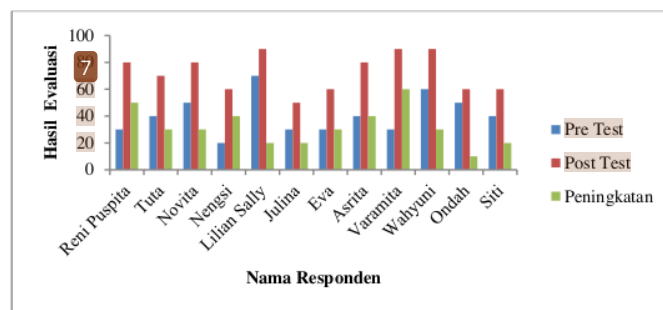
Figure 4. Graphics of Evaluation of the Adoption of Tongkol Fish Crackers

Berdasarkan Gambar 4 dapat dilihat bahwa proses adopsi inovasi pembuatan kerupuk ikan tongkol dimulai pada minggu ke-1 setelah dilakukan penyuluhan. Pada minggu ini responden berada pada tahap sadar, yaitu responden baru mulai mengetahui proses pembuatan kerupuk ikan tongkol. Tahap selanjutnya, responden mulai muncul minat untuk bertanya lebih dalam mengenai kerupuk ikan tongkol. Responden telah mencapai tahap mencoba akan tetapi pada tahap menerapkan di minggu ke-12 terdapat hanya 3 orang untuk olahan kerupuk ikan tongkol. Mardikanto, (2009) menjelaskan bahwa proses penyuluhan pada

hakekatnya dapat diartikan sebagai proses perubahan perilaku baik yang berupa: pengetahuan, sikap, dan keterampilan pada diri seseorang setelah menerima inovasi yang disampaikan penyuluh kepada masyarakat.

Peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan melalui kegiatan sosialisasi pengemasan produk

Penyuluhan mengenai pengemasan label produk dilakukan sebagai bentuk upaya strategi pemasaran untuk Kelompok Barokah. *Packaging* dilakukan pada olahan yang sudah diproduksi oleh Kelompok Barokah yaitu produk Kerupuk Ikan Tongkol. Kemasan yang digunakan pada olahan kerupuk yaitu plastik standing *pouch* ukuran 10 x17 cm² dan label. Kemasan merupakan media yang bisa digunakan oleh produsen untuk memberikan informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada didalamnya serta untuk melindungi produk didalamnya (Vijayanti & Murjana, 2016). Evaluasi penyuluhan yang terdiri dari evaluasi pengetahuan dan sikap. Hasil evaluasi aspek pengetahuan pengemasan label produk dapat dilihat pada gambar berikut :



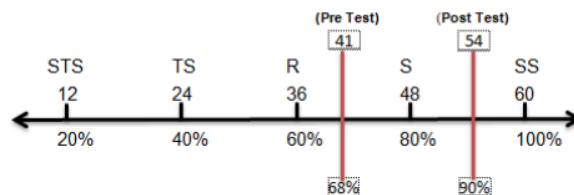
Gambar 5. Grafik Aspek Pengetahuan Pengemasan Label Produk

Figure 5. Knowledge Graph aspect Packaging Product Label

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat hasil evaluasi pengetahuan pre test dan post test kegiatan sosialisasi kemasan dan label produk telah terjadi perubahan rata-rata Responden yang semula 40,8 meningkat menjadi 72,5 dari 10 soal yang diberikan, adapun setelah dilakukannya post test didapatkan nilai peningkatan dengan rata-rata peningkatan 31,6%. Responden yang memperoleh nilai tinggi (nilai *pre-test* dan *post-test*) adalah responden dengan kelompok berusia 25 sedang dan memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi. Hal ini dibuktikan dari hasil

penelitian Damanik, (2015) menyebutkan bahwa umur kelompok yang lebih muda justru lebih dinamis terhadap penerimaan materi/informasi.

Hasil evaluasi aspek sikap dalam pengemasan label produk dapat dilihat pada Gambar 6.

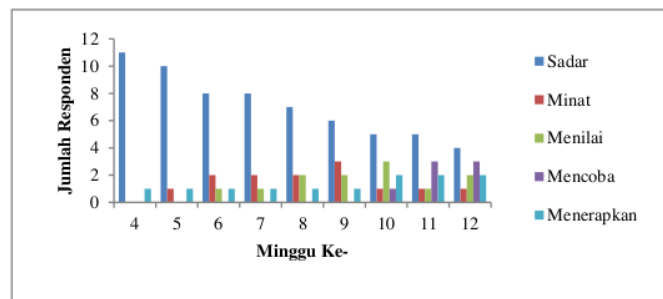


Gambar 6. Garis Kontinum Evaluasi Sikap Pengemasan Label Produk

Figure 6. Continuum Evaluation of Attitudes Packaging lines Product Label

Berdasarkan Gambar 6 hasil garis kontinum perhitungan evaluasi sikap Responden sebelum dilakukannya kegiatan sosialisasi pemasaran online diperoleh hasil dengan skor 41 dan nilai garis kontinum 68% cenderung kearah setuju kemudian setelah dilakukan sosialisasi pada saat tahap post-test meningkat skornya menjadi 54 sehingga diperoleh perhitungan nilai garis kontinum 90%. Artinya terjadi peningkatan sebesar 21,6% pada responden dan berada pada kategori sangat setuju. Menurut Widoyoko et al. (2020) menyatakan bahwa program dikatakan gagal apabila tidak terjadi perubahan sikap, peningkatan pengetahuan maupun perbaikan keterampilan pada peserta training.

Adapun pengukuran adopsi inovasi dapat dilihat pada Gambar 7.



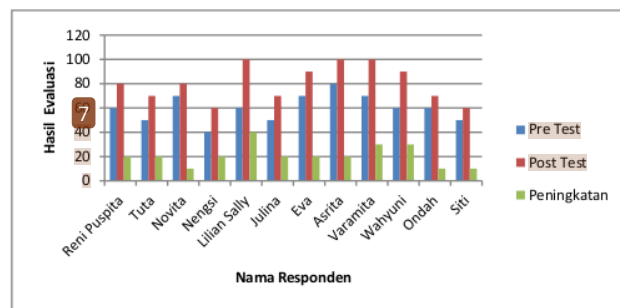
Gambar 7. Grafik Evaluasi Adopsi Pengemasan Label Produk

Figure 7. Graph Adoption Packaging Evaluation Product Label

Berdasarkan Gambar 7 adopsi inovasi dapat dilihat pada minggu terakhir, para pengolah di Poklahsar Barokah yang mencapai tahap menerapkan yaitu sebanyak 3 orang yaitu Ibu Reni dan Ibu Lilian, sedangkan Responden yang lainnya mencapai pada tahap sadar sebanyak 4 orang, pada tahap “menilai” sebanyak 3 orang dan 2 orang lainnya berada pada tahap “mencoba”. Suatu proses mentalitas pada diri seseorang atau individu, dari mulai seseorang tersebut menerima ide-ide baru sampai memutuskan menerima atau menolak ide-ide tersebut merupakan adopsi dari penyuluhan (Dayana, 2016).

Peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan melalui kegiatan sosialisasi pemasaran online

Sosialisasi Pemasaran melalui online perlu disampaikan kepada kelompok Barokah. Melihat perkembangan zaman saat ini dimana teknologi semakin berkembang, sehingga perlu adanya pengorbanan yang lebih untuk mencapai kesuksesan khususnya dibidang pemasaran. Adanya pandemi covid-19 ini pemasaran online akan sangat dibutuhkan. Kelompok responden diberikan pengetahuan mengenai pemasaran online dengan memanfaatkan aplikasi-aplikasi yang saat ini sedang marak dikalangan masyarakat seperti *Shopee*, *Facebook*, *WhatsApp* dan *Instagram*. Evaluasi hasil penelitian terhadap penyuluhan terdiri dari evaluasi pengetahuan dan sikap. Hasil evaluasi pengetahuan pemasaran online dapat dilihat pada gambar berikut :

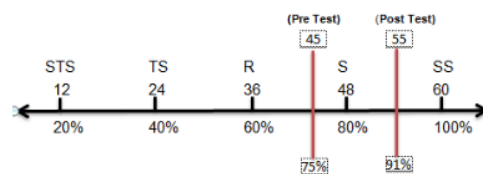


Gambar 8. Grafik Evaluasi Aspek Pengetahuan Pemasaran Online

Figure 8. Graph Evaluation Aspects of Online Marketing Knowledge

Berdasarkan Gambar 8. diatas dapat dilihat bahwa dari 12 orang Responden tidak ada yang mengalami penurunan. Hasil evaluasi pengetahuan pre test dan post test kegiatan sosialisasi pemasaran online telah terjadi perubahan rata-rata Responden yang semula 60 meningkat menjadi 80,8 dari 10 soal yang diberikan, adapun setelah dilakukannya post test didapatkan nilai peningkatan dengan rata-rata peningkatan 20,8%. Terdapat keterkaitan antara karakteristik usia dan tingkat pendidikan terhadap pengetahuan awal Responden dan tingkat penyerapan materi inovasi yang diberikan. Responden yang berusia sedang dan memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi memiliki nilai pre test dan post test yang lebih tinggi dibanding yang lainnya.

Hasil rekapitulasi evaluasi aspek sikap dalam pemasaran online dapat dilihat pada Gambar 9.

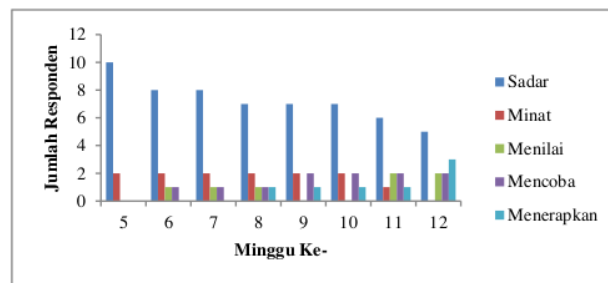


Gambar 9. Garis Kontinum Evaluasi Sikap Responden Kemasan Produk

Figure 9. Continuum Evaluation of Attitudes Goal Line Packaging Products

Berdasarkan Gambar 9 hasil garis kontinum perhitungan evaluasi sikap responden sebelum dilakukannya kegiatan sosialisasi pemasaran online diperoleh hasil dengan skor 45 dan nilai garis kontinum 75% cenderung kearah setuju kemudian setelah dilakukan sosialisasi pada saat tahap post-test meningkat skornya menjadi 55 sehingga diperoleh perhitungan nilai garis kontinum 91%. Artinya terjadi peningkatan sebesar 16,6% pada responden dan berada pada kategori sangat setuju. Nilai perubahan sikap cukup tinggi, hal ini diakibatkan dari tingkat antusias dari responden tinggi. Hasil tersebut sesuai dengan (Notoatmodjo 2012) bahwa tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi pola pikir dan kemampuannya dalam mencerna informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin baik pula pola pikirnya dalam mencerna informasi-informasi yang dapat mendasari pola perilaku orang.

Adapun penentuan tahapan adopsi inovasi dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Grafik Evaluasi Adopsi Pemasaran Online

Figure 10. Graph Evaluation of Adoption of Online Marketing

Berdasarkan Gambar 10 adopsi inovasi dapat dilihat pada minggu terakhir, beberapa anggota Poklhasar Barokah yang mencapai tahap menerapkan yaitu sebanyak 3 orang yaitu Ibu Reni, Ibu Tuta, dan Ibu Lilian, namun untuk pemasaran online dari Ibu Tuta dilakukan oleh anaknya Ibu Tuta. Kemudian anggota yang lain berada pada tahap “sadar” sebanyak 5 orang, pada tahap “Menilai” sebanyak 2 orang dan 2 anggota lainnya berada pada Tahap “Mencoba”. Keberhasilan penyuluhan tidak hanya tergantung pada inovasi yang dibawa penyuluh ataupun kemampuan penyuluh dalam menyampaikan informasi melainkan minat dari masyarakat dalam mengikuti penyuluhan dan mencoba menerapkan inovasi yang diberikan (Safrida et al. 2015).

BAHASAN

Karakteristik responden penyuluhan menjadi pertimbangan dalam penyuluhan yang mana mempunyai tingkat keberhasilan suatu penyuluhan. Karakteristik responden penyuluhan dapat dilihat dari jumlah responden, usia, tingkat pendidikan, serta lama usaha. Dalam menentukan jenis komunikasi dan metode penyuluhan penyuluh dapat menggunakan karakteristik responden yang akan diberikan penyuluhan (Ruyadi, Winoto, and Komariah 2017). Responden pada penelitian dominan berada pada kategori usia sedang dengan jumlah 9 orang. Karakteristik Responden berada dalam usia produktif yakni berusia 15-64 tahun, sesuai dengan pendapat Aprilyanti (2018) bahwa umur produktif manusia dalam melakukan kegiatan usaha yaitu berkisar 15 – 64 tahun. Seseorang yang berusia

muda dan masih produktif, mampu menjalankan aktifitas keseharian dengan baik, memiliki kemauan untuk mempelajari hal baru serta mampu berinteraksi dengan masyarakat atau komunitas lain dengan baik disebut usia produktif (Noviyanti 2017). Karakteristik tingkat pendidikan responden dominan pada tingkat SMA pada kategori sedang dengan jumlah ²³ 7 orang. Tingkat pendidikan mempengaruhi tingkat produktivitas seseorang, semakin tinggi tingkat pendidikannya maka semakin tinggi produktivitas dan semakin cepat pula daya serap akan suatu inovasi (Setiawan 2010). Sesuai dengan pernyataan Slamet (2003) bahwa untuk menghasilkan berbagai perubahan pada perilaku manusia tingkat pendidikan berpengaruh dalam hal tersebut. Hal ini juga akan membantu dalam pemilihan metode penyuluhan yang akan diberikan kepada responden agar kegiatan yang dijalankan menjadi tepat guna dan tepat responden. Pemilihan metode yang tepat akan membantu responden dalam menyelesaikan suatu kendala atau permasalahan yang sedang dihadapi.

Usaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas serta konsumsi produk perikanan dapat dilakukan dengan cara diversifikasi olahan. Diversifikasi olahan juga mampu meningkatkan nilai jual (Handayani and Kartikawati 2012). Adanya program ini dapat membantu meningkatkan pengetahuan, sikap serta keterampilan Responden agar dapat mengolah Ikan tongkol menjadi olahan lain seperti kerupuk ikan tongkol dan nilai jual ikan tongkol. Ikan tongkol memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi seperti protein 26,2 mg/100g dan juga kaya akan kandungan asam lemak omega-3. Ikan tongkol juga termasuk ikan yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi (Milo, Purwijantiningsih, and Pratama 2013).

Biasanya kerupuk dikonsumsi sebagai menu pelengkap makanan utama yakni sebagai lauk atau dikonsumsi sebagai cemilan oleh masyarakat Indonesia (Ghazali et al. 2021). Pada pasar kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas kerupuk menjadi pangan olahan yang menjanjikan karena banyak digandrungi oleh berbagai lapisan masyarakat (Sianita et al. 2020). Olahan kerupuk ikan tongkol tetap memperhatikan faktor-faktor mutu dan gizi yang bertujuan untuk meningkatkan konsumsi hasil perikanan dan meningkatkan nilai

jual produk dan meningkatkan permintaan pasar dan menciptakan lebih banyak variasi olahan untuk mengembangkan usaha.

¹ Olahan ikan menjadi salah satu produk penghasil protein tingkat tinggi. Berdasarkan SNI 8272:2016, produk kerupuk ikan masuk kategori Grade I dengan kandungan protein minimal 12%. Pada kegiatan ini, protein pada produk kerupuk ikan yang dihasilkan mencapai 17,82%. Hal ini menunjukkan produksi kerupuk ikan tongkol tidak menurunkan kandungan proteinnya. Namun, terdapat kekurangan dalam produk kerupuk ikan yang telah diproduksi, yakni belum terpenuhinya kandungan lemak dan serat kasar sesuai dengan SNI 01-2713-1992. Kandungan lemak lebih tinggi 0,01% dibandingkan SNI berkaitan dengan kandungan lemak pada bahan penyusunnya, yaitu ikan dan tepung terigu. Kandungan lemak pada ikan kategori rendah kurang dari 2% dan kandungan lemak pada tepung terigu mencapai 1,5%.

⁵ Menurut (Susetyarsi, 2012) penggunaan kemasan bertujuan untuk membuat produk agar lebih menarik baik dari segi bentuk, warna, serta untuk menjaga kualitas produk. Oleh karena itu, kemasan sangat penting dalam mempertahankan mutu dan keamanan pangan serta dapat meningkatkan daya tarik produk. Label sendiri merupakan bagian dari produk yang bersisi informasi tertulis tentang produk dan produsen (Irrubai, 2015). Syarat-syarat yang perlu dicantumkan dalam label sesuai dengan UU RI No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, seperti wajib dicantumkan nama produk, merk produk, alamat produksi, berat bersih, komposisi, keterangan cara mengolah dan logo halal.

Kemasan dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk. Dengan adanya label pada kemasan suatu produk akan menjadikan produk tersebut memiliki jaminan mutu untuk konsumen. Kemasan juga dapat berperan penting dalam meningkatkan penjualan produk (Leovita et al. 2021).

Produk kelompok akan banyak yang tersisa dan menyebabkan kerugian secara terus menerus. Jika menggunakan pemasaran online keuntungan yang akan diperoleh yaitu produk akan mudah dilihat oleh seluruh masyarakat, mempermudah konsumen jika ingin membelinya, penjual akan dengan mudah

melakukan promosi¹² menghemat waktu dan biaya pemasaran (Widayati 2018). Pemasaran dengan media online dapat dikatakan sebagai bisnis yang menjanjikan untuk saat ini dengan pemasaran online jaringan konsumen yang didapatkan akan lebih luas dan penyampaian informasi yang cepat sehingga produk dapat dipasarkan dengan lebih efisien dan terjual (Rusmadi 2016). Internet marketing memudahkan komunikasi antara konsumen dan pelanggan, mengembangkan peluang pasar dan jaringan pasar, sehingga mampu meningkatkan volume penjualan (Pradiani 2018).

Kecepatan proses adopsi inovasi tergantung pada karakteristik responden (Yuniarti et al. 2020), kesesuaian materi penyuluhan dengan kebutuhan sasaran, media penyuluhan (Ruyadi et al. 2017), metode penyuluhan (Purnomo et al. 2015) dan strategi komunikasi dan kinerja penyuluh (Suadnya, Hadi, and Paramita 2021). Hal yang dapat disarankan untuk mempercepat proses adopsi inovasi adalah identifikasi sumberdaya perikanan baik manusia, alam maupun faktor pendukungnya (Saputra, Nuraini, and Yuniarti 2020), identifikasi permasalahan dan kebutuhan sasaran penyuluhan (CST, Djunaidah, and Sinaga 2019), sehingga materi materi dan metode penyuluhan menjadi lebih efektif dan dapat dimanfaatkan langsung oleh sasaran.

SIMPULAN

- 1) Melalui kegiatan penyuluhan menggunakan metoda demonstrasi cara pembuatan kerupuk Ikan Tongkol sudah berhasil mencapai tujuan yaitu meningkatkan pengembangan usaha kelompok dalam mengolah ikan dengan meningkatnya pengetahuan responden meningkat sebesar 26,7%, evaluasi sikap meningkat sebanyak 16.6% dan keterampilan meningkat sebanyak 25%. Evaluasi adopsi inovasi pembuatan kerupuk ikan tongkol terjadi kepada 3 responden pada minggu ke-12.
- 2) Melalui penyuluhan menggunakan metode sosialisasi pengemasan label produk berhasil mencapai tujuan dalam meningkatkan pengetahuan Responden sebesar 31,6% dan evaluasi sikap 21,6%. Evaluasi adopsi inovasi pengemasan label produk kerupuk ikan tongkol terjadi kepada 2 responden yang menerapkan kemasan pada minggu ke-12.

3) Penyuluhan menggunakan metode sosialisasi dengan materi pemasaran *online* telah berhasil mencapai tujuannya yaitu meningkatkan pengetahuan responden sebesar 20,8% dan evaluasi sikap 16,6%. Evaluasi adopsi inovasi pemasaran *online* terjadi kepada 3 responden menerapkan jenis pemasaran tersebut pada minggu ke-12.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih disampaikan kepada Ketua Jurusan Penyuluhan Perikanan Politeknik Ahli Usaha Perikanan dan Dinas Kelautan dan Perikanan atas izin dan Fasilitas dalam mendukung pelaksanaan penelitian.

PENINGKATAN PENGETAHUAN, SIKAP DAN KETERAMPILAN MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN USAHA OLAHAN KERUPUK IKAN TONGKOL PADA KELOMPOK ISTRI NELAYAN DI KECAMATAN SIMEULUE TIMUR KABUPATEN SIMEULUE PROVINSI ACEH

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	kimia.fmipa.unesa.ac.id Internet	110 words — 3%
2	123dok.com Internet	49 words — 1%
3	journal.ipb.ac.id Internet	46 words — 1%
4	id.scribd.com Internet	40 words — 1%
5	www.scribd.com Internet	36 words — 1%
6	ejournal-balitbang.kkp.go.id Internet	29 words — 1%
7	etheses.uin-malang.ac.id Internet	18 words — 1%
8	repository.ugm.ac.id Internet	16 words — < 1%

9	jurnal.unimed.ac.id Internet	12 words — < 1%
10	putuartayasa.blogspot.com Internet	12 words — < 1%
11	Inarah Fajriaty, Siti Nani Nurbaeti, Hadi Kurniawan, Fajar Nugraha. "Evaluasi Tingkat Pengetahuan Masyarakat Dalam Swamedikasi dan Penggunaan Obat yang Rasional (POR) Menggunakan Metode Cara Belajar Insan Aktif (CBIA)", Al-khidmah, 2019 Crossref	11 words — < 1%
12	blog.iain-tulungagung.ac.id Internet	11 words — < 1%
13	ejournal.unsrat.ac.id Internet	10 words — < 1%
14	journal2.uad.ac.id Internet	10 words — < 1%
15	pt.scribd.com Internet	10 words — < 1%
16	bloktuban.com Internet	9 words — < 1%
17	irdresearch.com Internet	9 words — < 1%
18	www.idx.co.id Internet	9 words — < 1%
19	e-journal.unair.ac.id Internet	8 words — < 1%

20	eprints.uns.ac.id Internet	8 words — < 1%
21	garuda.ristekbrin.go.id Internet	8 words — < 1%
22	repositorio.unsm.edu.pe Internet	8 words — < 1%
23	repository.unjaya.ac.id Internet	8 words — < 1%
24	soehari-janto.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
25	zombiedoc.com Internet	8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF