

STRATEGI USAHA TWINS SAGELA "SAGELA CITA RASA LOKAL GORONTALO"

Yasir M. Pidu¹, Raflen Ariel Gerungan², Safriansyah³, Nur Asiah⁴

Universitas Terbuka

yasirm@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:

Cita Rasa Lokal, strategi usaha, twins sagela

Sagela memiliki cita rasa pedas menyengat, gurih, dan aroma khas dari ikan roa yang diasap. Sagela ini juga memiliki tekstur menarik dengan suwiran ikan roa yang terasa di setiap gigitan. Sagela merupakan nama lokal makanan khas berasal dari Gorontalo atau Rica Roa (Manado) dan Sambal Roa (Indonesia). Ikan sagela atau biasanya disebut ikan julung-julung atau ikan terbang. Ikan jenis ini tersebar di perairan hangat di dunia. Ikan jenis ini di Indonesia banyak di temukan di perairan Pulau Sulawesi khususnya di Gorontalo, Sulawesi tengah dan Sulawesi Utara. Sagela atau Ikan Roa asap dimasak dengan cara ditumis (*tilumiti*) bersama bumbu pedas dan gurih dari bawang merah, bawang putih, dan cabai segar. Karena rasanya yang enak dan khas, sagela banyak dikonsumsi oleh masyarakat dan sering dijadikah oleh-oleh khas dari Gorontalo. Cara masak awalnya ikan sagela di kupas kulitnya, dagingnya di dihaluskan dengan cara ditumbuk, bawang merah, bawang putih dan cabai ditumbuk juga, setelah itu dimasak bawang merah, bawang putih dan cabai di tambah garam, setelah agak matang di campur dengan sagela. Twins Sagela merupakan usaha rumahan yang berada di Kota Gorontalo dengan produk Sagela. Menjalankan usaha berbasis rumahan tentunya memiliki beberapa masalah tersendiri seperti: persaingan pasar, modal, pengemasan yang baik, dan produksi. Metode intervensi diperlukan untuk memberikan solusi dalam mengatasi permasalahan dalam pengembangan usaha ini. Beberapa strategi telah dilakukan dalam upaya pengembangan usaha Twins Sagela, sebagai upaya dalam meningkatkan omzet UMKM agar lebih maju, yaitu: 1) Pengembangan dan pembuatan merek/label dan kemasan produk, 2) Peningkatan jumlah produksi sagela, 3) Melakukan promosi di media sosial. Saat ini, kegiatan usaha Twins Sagela dapat dikembangkan dengan lebih baik. Produk sagela yang dijual sudah diproduksi dengan jumlah yang lebih banyak, dengan tetap kualitas rasa dan mempertahankan cita rasa lokal. Produk Twins Sagela juga dikemas sedemikian rupa, sehingga aman jika dibawa ke tempat yang jauh atau ke luar daerah sebagai oleh-oleh. Twins Sagela sudah memiliki merek yang membedakan dengan sagela yang lain. Untuk meningkatkan jumlah penjualan dan memperluas pemasaran Twins Sagela, promosi di media seperti Facebook dan Instagram harus dilakukan. Disamping itu, penjualan sagela juga diupayakan bisa masuk ke toko tempat penjualan oleh-oleh.

A. Pendahuluan

Sagela di ambil dari Bahasa Gorontalo yang merupakan ikan julung-julung atau ikan terbang, atau ikan kapia yang di asap. Ikan jenis ini tersebar di perairan hangat di dunia. Ikan jenis ini di indonesia banyak di temukan di perairan Pulau Sulawesi khususnya di Gorontalo, Sulawesi tengah dan Sulawesi Utara. Di Sulawesi Utara sagela di kenal dengan ikan roa. Sagela ini dijadikan sambal yang merupakan ciri khas oleh – oleh dari Gorontalo. Sagela diolah dengan cara dikeringkan atau diasap. Untuk menghasilkan sambal sagela di olah dengan cara di tumbuk ikan sagela di campur dengan cara ditumis (tilumiti) dengan rica (cabai) agar, bawang merah, bawang putih, garam dan penyedap. Sagela memiliki cita rasa pedas menyengat, gurih, dan aroma khas dari ikan sagela yang diasap. Sagela ini juga memiliki tekstur menarik dengan suwiran ikan roa yang terasa di setiap gigitan.

Sagela bisa disantap bersama berbagai masakan, seperti nasi putih hangat, ikan bakar, mie goreng, tinutuan, pisang goreng, pisang rebus, ubi rebus, atau ubi goreng. Makanan sagela menjadi primadona untuk Masyarakat di Gorontalo secara khusus dan Kawasan Indonesia Timur secara umum.

Sagela dapat diproduksi secara rumahan, tapi dengan membuat usaha, maka makanan sagela dapat berpotensi menjadi produk usaha yang dapat meningkatkan pendapatan secara ekonomi.

Adanya usaha rumahan seperti memproduksi produk makan sagela dapat menambah keragaman varian produk dan dapat menambah jumlah pelaku usaha berbasis Industri Rumah Tangga. Adanya usaha ini tentunya dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan. Usaha ini juga memanfaatkan bahan baku lokal untuk menghasilkan produk-produknya sehingga hal ini mampu memberdayakan usaha bahan baku lokal yang terkait Twins Sagela merupakan usaha rumahan yang berada di Kota Gorontalo dengan produk Sagela. Awalnya Twins Sagela merupakan pelaku usaha berbasis Industri Rumah Tangga yang memproduksi produk makanan Sagela. Produk sagela dari Twins Sagela dijual secara langsung dengan pemasaran konvensional atau menerima pesanan dari konsumen saja, itupun produskinya terbatas.

Walaupun memiliki peluang besar dengan permintaan produk makanan sagela, Twin Sagela sebagai usaha berbasis IRT tidak terlepas dengan adanya permasalahan. Berdasarkan percakapan dengan mitra dalam wawancara yang dilakukan didapati beberapa tantangan, yaitu: 1) Merek dan kemasan 2) Alat produksi, dan 3) Layanan promosi/pemasaran.

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM Dosen) ini membangun kerjasama dengan mitra Twins Sagela yang merupakan usaha rumahan yang memproduksi makanan Sagela cita rasa lokal Gorontalo, beralamat di Jl. Brigjen Piola Isa Kel Wongkaditi Timur Kec. Kota Utara Kota Gorontalo.

B. Metode Pelaksanaan

Twins Sagela merupakan usaha rumahan yang berlokasi di Jl. Brigjrn Piola Isa Kel Wongkaditi Tmur Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo. Usaha rumahan ini awalnya hanya berdasarkan pesanan dengan jumlah produksi terbatas serta belum ada merek dan label serta pemarhan hanya lewat teman sejawat, keluarga dan tengga. Berdasarkan permasalahan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Merek dan kemasan

Merek ataupun label produk pada kemasan belum terdesain dengan baik dan rapi, sehingga nilai jual belum maksimal. Yang dimaksud dengan belum terdesain dengan baik dan rapi adalah penggunaan tipe huruf, warna, jumlah warna, dan latar dari kemasan tersebut. Kemasan perlu disesuaikan dengan ukuran yang perlu dijual jadi perlu ada variasi kemasan produk

2. Alat produksi, dan

Perlu adanya penambahan alat produksi untuk meningkatkan jumlah produksi sehingga dapat menyesuaikan dengan permintaan konsumen yang meningkat

3. Layanan promosi/pemasaran

Pemasaran masih menjadi masalah karena mitra masih memasarkan secara konvensional atau penjualan secara langsung.

Dengan adanya permasalahan di atas maka metode yang di gunakan yaitu metode evaluasi dan . intervensi yaitu metode yang digunakan untuk memperbaiki, mengubah, atau meningkatkan produksi/kinerja. Dengan metode ini diperlukan untuk memberikan solusi dalam mengatasi permasalahan dalam pengembangan usaha ini. Beberapa strategi telah dilakukan dalam upaya pengembangan usaha Twins Sagela, sebagai upaya dalam meningkatkan omzet UMKM agar lebih maju, yaitu:

a. Evaluasi

Melakukan evaluasi pada proses Usaha Twins Sagela melihat permasalahan dan menyusun rencana pendampingan.

b. Pendekatan (Intervensi)

1. Pengembangan dan pembuatan merek/label dan kemasan produk.

Awalnya Twins Sagela belum ada merek/label berdasarkan diskusi maka didapat nama merek Twins Sagela. Adapun Sambal sagele hanya di kemas dalam botol merica dengan ukuran 150 ml belum ada sticker dan gampang tumpah/minyak bisa keluar, maka pendekatan dilakukan yaitu pendekatan intervensi.

2. Pemberian Hibah alat produksi

Awalnya alat yang digunakan hanya berkapasitas sedikit maka perlu dilakukan pemberian bantuan alat dan bahan untuk meningkatkan produksi

3. Melakukan promosi di media sosial.

Twins Sagela pemasarannya belum menggunakan media sosial, maka dilakukan pelatihan cara melakukan promosi dengan menggunakan platform media sosial sehingga Twins Sagela ini dapat dikenal

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yakni di Twins Sagela dengan permasalahan dan metode yang digunakan yaitu :

1. Evaluasi

Dari hasil evaluasi terhadap mitra bahwa mitra tersebut perlu dilakukan pendampingan pada usaha yang di tekuninya yaitu sambal sagela. Dari hasil diskusi maka di buat rencana pendampingan yaitu melakukan pelatihan terhadap mitra untuk mendapat hasil produksi sambal sagela dengan cita rasa lokal dan dapat di terima oleh konsumen atau penikmat sambal sagela. Dengan Pelatihan ini sangat bermanfaat bagi mitra yang merupakan usaha rumah tangga dengan melibatkan kerabat sebagai pekerja. Untuk pelatihan dilakukan mendapatkan cita rasa yang pas bagi penikmat rasa sambal sagela dengan pengukuran sambal yang tidak pedas dan ikan sagela ukuran yang pas tidak banyak atau sedikit dalam sambal sagela tersebut. Rasa ini tidak menggunakan rasa Gorontalo (terlalu pedas) tapi secara umum dapat diterima rasa pedasnya.

2. Pendekatan (Intervensi)

- 1) Pengembangan dan pembuatan merek/label dan kemasan produk, Pembuatan merek/Label (branding) adalah suatu proses merancang dan membangun identitas unik untuk suatu produk, jasa, atau perusahaan agar mudah dikenali, dipercaya, dan diingat oleh konsumen, Merek/Label merupakan identitas yang membedakan dengan pesaing atau yang beredar di luar. maka dengan itu merek/label di buat menarik dan beda dengan yang sudah ada. Dari beberapa hasil dibuat maka di ambil salah satu yang menurut kami sangat menarik dan mudah di ingat dimana dengan warna merah dan kuning, warna merah bahwa sambal sagela ini ras pedas dan warna kuning merupakan salah satu warna dari Universitas Terbuka dan pada label tersebut ada logo dari Universitas Terbuka, dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1.

Label pada Botol Sambal Sagela, Twins Sagela



Gambar 2.

Botol Kemasan Sambal Sagela Twins Sagela



Pada gambar 2, botol sudah ada label dan pada penutup ada segel agar sambal/minyak tidak tumbah dan pada luar botol terdapat segel yang menandakan bahwa botol tersebut belum dibuka. Dengan Kemasan yang ada segelnya untuk meyakinkan pembeli bahwa produk tersebut aman.

2) Pemberian Hibah alat produksi

Alat produksi merupakan serangkaian alat yang digunakan untuk memproses suatu produk. Dengan alat ini bukan hanya dapat mempermudah pekerjaan tetapi menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat bertahan lama. Dengan alat ini juga jumlah produksi bertambah sehingga dapat memenuhi permintaan dari pemesan (konsumen). Alat – alat yang digunakan untuk sambal sagela yakni, wajan, cobek, talenan, kompor, mangkuk/wadah, pisau, talenan, sodet/spatula, selain itu ada alat untuk memanaskan plastik segel dan penutup botol yakni hairdryer. Bahan – bahan yang pakai untuk menjadi sambal sagela yakni : Ikan sagela, rica, bawang putih, bawang merah, minyak kelapa, garam dan penyedap. Dengan ada bantuan alat produksi untuk membantu pemilik usaha dapat berkembang dan menambah hasil produksi. Agar dapat bertahan lama alat – alat ini di bersihkan setiap penggunaannya serta menjaga higenisitas penyimpanan alat-alat tersebut.

Gambar 3.
Alat dan bahan Sambal Sagela, Twins Sagela



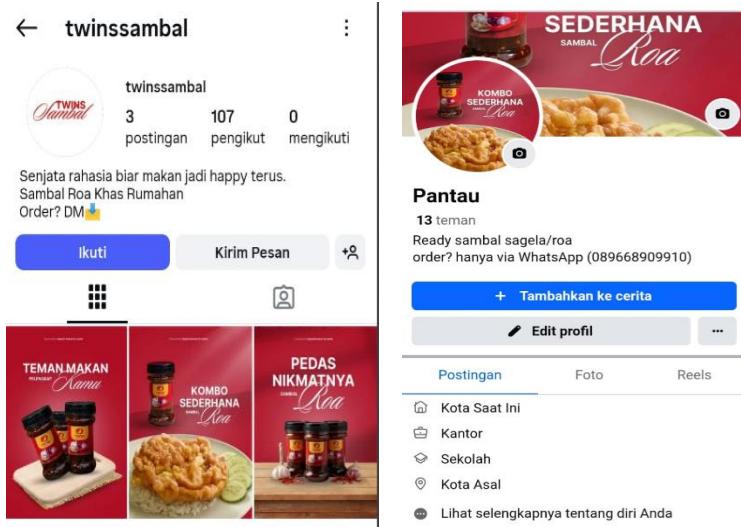
Gambar 4.
Pemberian Bantuan alat dan bahan Twins Sagela



3) Melakukan promosi di media sosial.

Secara umum, "promosi" merujuk pada usaha untuk memperkenalkan produk, jasa, atau brand kepada audiens dengan tujuan meningkatkan penjualan atau awareness, "promosii adalah suatu komunikasi dari, penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenak menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Laksana, (2019:129). Salah satu media promosi yaitu media online yang berbasis internet, karena dengan media online tidak menjadi penghalang untuk memperkenalkan produk ke audens. Twins Sagela pemasarannya belum menggunakan media sosial, maka dilakukan pendampingan dalam penggunaan media sosial (instagram, facebook, tik tok), bagaimana cara melakukan promosi dengan menggunakan platform media sosial sehingga Twins Sagela ini dapat dikenal. Dengan media sosial dapat menjangkau pelanggan yang potensial, bisa saja yang memesan bukan konsumen dari daerah Gorontalo saja melainkan dari daerah lain yang memburu oleh – oleh khas Gorontalo, karena dengan media sosial orang mencari sesuatu apa yang diinginkan. Kegiatan pendampingan ini dapat memberikan pengetahuan mitra dalam membuat konten yang menarik, unik dan kesesuaian teks serta penempatan kata – kata untuk mengajak pelanggan mengenal sambal sagela. Dengan penggunaan media sosial ini dalam promosi dapat menghemat biaya, dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, sarana promosi yang luas dan cepat yang dapat langsung dilihat informasi oleh ribuan orang karena informasi dapat dibagikan lagi, meningkatkan penjualan karena dapat menarik pembeli yang memesan langsung. Kekuatan medsos ini sangat membantu mitra dalam mengenalkan produknya secara langsung meningkatkan pendapatan mitra.

Gambar 5.
Instagram dan Facebook Twinssagale



D. Simpulan

Berdasarkan kegiatan PkM ini dapat disimpulkan bahwa mitra dapat menerima pendampingan yang diberikan oleh Universitas Terbuka. Hal dapat dilihat dari hasil evaluasi dan memberikan masukan untuk perbaikan dan pengembangan usaha Twins Sagela. Dari hasil intervensi mitra menerima saran perbaikan terhadap pembuatan label pada produk sambal sagela, mitra menerima penambahan alat produksi supaya kapasitas produksinya bertambah, pada media promosi mitra sudah menggunakan media online yakni Facebook, Instagram dan Tik Tok. Dengan metode intervensi sangat membantu mitra baik penggunaan label pada botol, serta segel, pemberian bantuan alat produksi adanya peningkatan jumlah dan pemanfaatan media online yang tepat untuk promosi produk. Adapun kendala yang pada mitra yaitu belum adanya label halal atau ijin dari BPOM, sehingga kedepan akan diadakan pendampingan dalam pengurusan label Halal dan ijin dari BPOM.

E. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapan kepada LPPM Universitas Terbuka yang telah mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, Pimpinan dan staff Universitas Terbuka Gorontalo, Organisasi mahasiswa UT Gorontalo serta terima kasih kepada mitra Twins Sagela.

F. Referensi

- Indriana, I., Insani, N., Suruna, F. E. P., Upu, A., & Rivai, P. V. (2024). Pemanfaatan cabai rawit dalam pembuatan Sambal Sagela organik untuk meningkatkan pendapatan petani. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 8761-8765. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.34818>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

- Pontoh, S. H. M., Bempah, I., & Saleh, Y. (2023). Strategi pemasaran produk Sambal Sagela untuk meningkatkan volume penjualan pada IKM Bilal Mekar Snack (IKM-BMS) di Kelurahan Bulotada'a Kota Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(2)
- Dinas Kesehatan Provinsi Gorontalo. (n.d.). Dabu-dabu lo Sagela: Sambal ikan khas Gorontalo yang bergizi. <https://dinkes.gorontaloprov.go.id/dabu-dabu-lo-sagela-sambal-ikan-khas-gorontalo-yang-bergizi/>
- Yemelianenkova, N., & Bielova, O. (2022). Promotion strategies for consumers of digital marketing tools: After-pandemic realities. *Business Ethics and Leadership*, 6(1), 47–54. [https://doi.org/10.21272/bel.6\(1\).47-54.2022](https://doi.org/10.21272/bel.6(1).47-54.2022)