

ANALISIS NILAI TAMBAH PRODUK OLAHAN IKAN LELE OLEH UMKM MANG NCUN DI KOTA BANDUNG

ANALYSIS OF ADDED VALUE OF PROCESSED CATFISH PRODUCTS BY MSME MANG NCUN IN BANDUNG CITY

Junianto¹, Atik Nur Latifah, Nabil Fathi Muyassar, Nevi Widyawati, Rizka Wachida Arhab

Program Studi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjadjaran

ABSTRACT

This study aims to analyze the added value of catfish processing at MSME Mang Ncun. This study was conducted in March 2024 in Ganjar Sabar Village, Nagreg District, Bandung Regency. The method used is a case study method with a purposive sampling method. The types of data used are primary data and secondary data. Primary data were obtained from interviews with business founders. Secondary data were obtained from the Bandung Regency Food and Fisheries Service, as well as literature studies related to this research. The data were analyzed descriptively quantitatively to measure the overall components of added value that could answer the research objectives. The analysis method used to calculate added value is the Hayami method. The research results show that the added value generated from processed catfish products creates an added value of IDR 178,000/kg, the ratio of added value to product value is 58%. This shows that the catfish processing business at MSME Mang Ncun in Nagreg District, Bandung Regency provides high added value.

Keywords: processing; catfish; added value

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah olahan ikan lele di UMKM Mang Ncun. Penelitian ini dilaksanakan Maret 2024 di Desa Ganjar Sabar Kecamatan Nagreg Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan yaitu metode studi kasus dengan metode pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara pendiri usaha. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pangan dan Perikanan Kabupaten Bandung, serta studi pustaka terkait riset ini. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif untuk mengukur keseluruhan komponen nilai tambah yang dapat menjawab tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk menghitung nilai tambah yaitu dengan metode Hayami. Hasil riset menunjukkan bahwa nilai tambah yang dihasilkan dari produk olahan ikan lele menciptakan nilai tambah sebesar Rp 178.000/kg rasio nilai tambah terhadap nilai produk sebesar 58%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha olahan ikan lele di UMKM Mang Ncun di Kecamatan Nagreg Kabupaten Bandung memberikan nilai tambah tinggi.

Kata kunci: pengolahan; ikan lele; nilai tambah

¹ Correspondence author: Junianto. Email: junianto@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau Badan Usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). Definisi UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kegiatan UMKM ini sangat penting karena dapat meningkatkan pendapatan perekonomian nasional, sehingga dapat berperan dalam menyejahterakan kehidupan masyarakat. Selain itu, juga berperan menjadi wadah bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang direncanakan baik oleh pemerintah, swasta, dan pelakunya usaha perorangan (Halim 2020).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha besar, namun peran UMKM dalam menggerakkan sektor perekonomian negara tidak dapat diragukan. UMKM telah berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana 60% nya merupakan kontribusi UMKM.

Menurut Suyadi *et al.* (2018), UMKM memiliki beberapa keunggulan yaitu adanya inovasi yang mudah terjadi dalam pengembangan produk, kemampuan menyerap tenaga kerja cukup banyak, fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat lebih baik dibandingkan usaha besar. Akan tetapi, pengembangan UMKM bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan. Terdapat kendala yang terjadi dalam melakukan pengembangan. Kendala yang dihadapi antara lain: Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum baik, kemampuan pemasaran UMKM yang terbatas, iklim usaha yang belum kondusif, serta akses teknologi yang terbatas dan kurangnya modal kerja. Oleh karena itu,

diperlukan sebuah analisis dalam mendukung kegiatan UMKM tersebut.

Analisis pemasaran adalah salah satu bagian penting dalam menjalankan suatu kegiatan UMKM. Salah satu elemen yang penting dalam pemasaran adalah strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi pemasaran diperlukan agar segmen pasar, penentuan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar dapat dengan tepat dipilih. Penggunaan analisis pemasaran bagi para pelaku UMKM, biasanya dengan menerapkan penggunaan teknologi yang tepat guna dan sesuai bagi usaha yang mereka jalankan. Hal ini membuat mereka dapat bersaing secara efektif atau mengeluarkan produk baru mereka yang lebih memuaskan kebutuhan konsumen mereka dibandingkan dengan produk sejenis di pasar.

Salah satu UMKM pengolahan ikan yang terkenal di Bandung adalah UMKM Mang Ncun. UMKM ini membuat berbagai inovasi produk dari bahan baku ikan lele. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dan menganalisis nilai tambah produk dari UMKM Mang Ncun.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Pengambilan responden dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap pelaku kegiatan pengolahan hasil perikanan pada tanggal 17 Maret 2024. Lokasi penelitian dilakukan di UMKM Mang Ncun Kecamatan Nagreg Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Data penelitian yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh langsung dari sumber yang diteliti baik melalui wawancara, pengamatan dan diskusi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui penelusuran data berupa informasi dari instansi terkait seperti Dinas Peternakan dan Perikanan Kota Bandung serta instansi lainnya dan studi literatur dari berbagai sumber. Data yang telah terkumpul dari hasil wawancara dan

pengamatan langsung di lokasi riset, selanjutnya dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode Hayami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM

Kabupaten Bandung mempunyai potensi pengolahan perikanan dengan memiliki pertumbuhan produk olahan ikan tertinggi yang terdapat pada jenis olahan pindang, abon, dan bakso di mana rata-rata pertumbuhannya mencapai hingga 13,25% setiap tahunnya (Dinas Pangan dan Perikanan, 2021). UMKM Mang Ncun berlokasi di Jl. Tugana Bojong Kampung Marga Bakti RT 01/RW 16 Desa Ganjar Sabar Kecamatan Nagreg Kabupaten Bandung. Bertempatan di rumah kediaman pemilik usaha yaitu bapak Moch. Mansyur sebagai tempat produksi. Pemilik usaha produk pengolahan ikan lele UMKM Mang Ncun sebelumnya hanya fokus menjalankan usaha budidaya tambak lele sebagai mata pencaharian. Seiring berjalannya waktu, pemilik usaha memiliki inisiatif untuk memanfaatkan ikan lele untuk dijadikan produk olahan sebagai bahan utama.

UMKM Mang Ncun rutin memiliki kegiatan yang diselenggarakan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan mengenai produk perikanan. Inovasi produk olahan ikan lele semakin menjadi perhatian dan mendapatkan bantuan dari pemerintah. UMKM Mang Ncun memproduksi 9 macam olahan ikan lele yang sangat bervariasi, diantaranya: bakso, abon, nugget, kaki naga, dimsum, cuanki, kerupuk kulit, telur gabus duri, dan kerupuk ikan, yang seluruhnya dibuat dengan bahan utama berupa ikan lele.

Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan pertambahan nilai suatu komoditas karena telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan, atau penyimpanan dalam suatu proses produksi. Kegiatan pengolahan hasil perikanan akan memberikan nilai tambah dan memberikan keuntungan yang dapat dinikmati para pemilik faktor produksi, khususnya pengusaha olahan ikan, dan juga para konsumen yang menikmatinya.

Dalam Agroindustri olahan ikan lele ini dapat menambah nilai dari produk yang digunakan, apabila dilihat dari kegunaan tempat (*place utility*) setelah diolah menjadi *frozen food*, abon, keripik kulit ikan lele, dan telur gabus duri lele produk ini dapat dipasarkan tidak hanya di daerah Nagreg tetapi ke seluruh Indonesia. Kegunaan waktu (*time utility*) dari produk ini adalah produk menjadi lebih bertahan lama setelah diproses menjadi *frozen food*, abon, keripik kulit ikan lele, dan telur gabus duri lele, karena pada dasarnya produk-produk hasil perikanan tidak dapat bertahan lama karena mudah busuk. Selain itu kegunaan bentuk (*form utility*) setelah ikan ini diolah menjadi *frozen food*, abon, keripik kulit ikan lele, dan telur gabus duri lele dengan bentuk yang menarik dan rasa yang lezat membuat banyak konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Nilai tambah dalam suatu usaha perlu untuk dilakukan untuk mengevaluasi hasil dari usaha itu sendiri. Terdapat beberapa perhitungan yang digunakan untuk menganalisis nilai tambah. Berikut ini adalah analisis nilai tambah olahan ikan lele yang dilakukan pada UMKM Mang Ncun:

Tabel 1. Nilai Tambah Produk Olahan Ikan Lele di UMKM Mang Ncun

No	Variabel	Perhitungan
I. Output, Input dan harga		
1.	Output (kg)	22
2.	Input (kg)	5
3.	Tenaga Kerja (HOK)	10
4.	Faktor Konversi	4,4
5.	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg)	2
6.	Harga Output (Rp)	70.000
7.	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	75.000
II. Penerimaan dan Keuntungan		
8.	Harga Bahan Baku (ikan) (Rp/kg)	50.000
9.	Sumbangan Input Lain (Rp/kg)	80.000
10.	Nilai Output (Rp/kg)	308.000
11.	a. Nilai Tambah (Rp/kg)	178.000
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	58%
12.	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	150.000
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	84%
13.	a. Keuntungan (Rp/kg)	28.000
	b. Tingkat Keuntungan (%)	16%
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi		
14.	Marjin (Rp/kg)	258.000
	a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	58%
	b. Sumbangan Input Lain (%)	31%
	c. Keuntungan Pengusaha (%)	11%

Dari analisis nilai tambah pada tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai tambah yang dimiliki oleh UMKM Mang Ncun sebanyak Rp 178.000 dengan rasio nilai tambah 58%.

Analisis Konsumen

Konsumen merupakan bagian dari wirausaha yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menilai produk hasil perikanan. Berdasarkan hasil

survey dan wawancara, konsumen dari produk olahan ikan yang dihasilkan oleh UMKM Mang Ncun cukup beragam dari anak-anak hingga orang dewasa. UMKM Mang Ncun menjadi salah satu supplier daging ikan lele *fillet* di berbagai usaha, tidak hanya di Nagreg yang menjadi lokasi UMKM Mang Ncun, akan tetapi sudah mencapai lingkup di Daerah Istimewa Yogyakarta. Konsumen terjauh dari UMKM Mang Ncun berasal dari Papua. Luasnya cakupan konsumen tersebut sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Mang Ncun.

Analisis Pesaing

Salah satu hal yang membuat suatu usaha atau UMKM perlu memberikan inovasi dan strategi terhadap usahanya adalah adanya persaingan antar usaha. Usaha olahan ikan merupakan usaha yang cukup ramai sehingga dalam menjalankan usaha yang menghasilkan produk olahan ikan memiliki berbagai pesaing yang memiliki kelebihan dan kekurangannya tersendiri. UMKM Mang Ncun merupakan UMKM yang memiliki strategi untuk memasarkan produk olahannya. Walaupun di lokasi produksi olahan produk dari UMKM Mang Ncun tidak ada UMKM atau usaha lain yang melakukan usaha yang sama, tetapi tetap saja diperlukan strategi untuk memasarkan produknya sehingga cakupan konsumen semakin luas. Berdasarkan hasil wawancara kendala terbesar yang dialami UMKM Mang Ncun sejauh ini adalah kurangnya pemahaman mengenai media *online* yang digunakan untuk mempromosikan produknya. Walaupun penjualan *online* sudah dilakukan, tetapi masih ada kendala untuk mengoperasikan hal tersebut karena keterbatasan pengetahuan sumber daya manusianya.

Perencanaan Pemasaran

Perencanaan atau strategi pemasaran merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh setiap UMKM atau Perusahaan. UMKM

Mang Ncun memiliki berbagai strategi yang membuat usahanya terus berkembang hingga saat ini. Strategi yang dilakukan antara lain, pembuatan sertifikasi produk. Dengan adanya sertifikasi produk dapat sangat memudahkan pemasaran suatu produk. Dewasa ini perkembangan digital sangat membantu dalam proses pemasaran UMKM Mang Ncun membuka penjualan produk secara online sehingga melalui jejaring pemasaran online dan media sosial dapat memberikan keuntungan yang lebih dibandingkan dengan cara konvensional. Selain itu UMKM Mang Ncun sering mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh KKP, pada kegiatan tersebut UMKM Mang Ncun berkesempatan memperkenalkan produknya di lingkup yang lebih luas sehingga menambah jejaring konsumen hingga berbagai daerah di Indonesia.

Analisis Produksi

UMKM Mang Ncun memiliki berbagai macam produk olahan ikan antara lain, *frozen food*, abon, keripik kulit ikan lele, dan telur gabus duri lele. Produk-produk tersebut diproduksi berdasarkan pesanan yang diterima dan bahan olahan yang tersedia. Berdasarkan hasil survey tempat produksi yang dimiliki UMKM Mang Ncun sangat bersih dan memenuhi SOP karena terdapat berbagai persyaratan yang harus dilakukan sebelum memasuki ruang produksi. dalam proses produksi. UMKM Mang Ncun memiliki keunggulan yang dapat meningkatkan nilai tambah produknya. Dalam proses produksi produk olahan yang dihasilkan oleh UMKM Mang Ncun merupakan produk *gluten free* atau bebas dari bahan pengawet. Hal tersebut memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen karena produk yang dihasilkan *gluten free* walaupun harus disimpan di suhu tertentu untuk memperpanjang masa simpan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan

bahwa hasil analisis nilai tambah dengan metode hayami dari produk olahan ikan lele Mang Ncun didapatkan nilai tambah sebesar Rp 178.000/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 58%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil olahan ikan lele Mang Ncun dapat memberikan nilai tambah positif dengan rasio nilai tambah tinggi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut.

- 1) Kepada pengelola UMKM Mang Ncun agar meningkatkan kuantitas produk dan membuat promosi yang lebih menarik serta dapat memperbarui promosi yang dilakukan
- 2) Kepada pemerintah dan juga lembaga terkait diharapkan lebih aktif dalam membantu dan mengembangkan kegiatan pengolahan produk perikanan dengan cara meningkatkan permodalan

usaha, meningkatkan sarana dan prasarana pendukung kegiatan pengolahan produk perikanan dan mengoptimalkan peran penyuluh untuk meningkatkan kesejahteraan pengolah produk perikanan di Kabupaten Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pangan dan Perikanan. 2021. *Rencana Strategis Dinas Pangan dan Perikanan Kabupaten Bandung Tahun 2016-2021*. Kabupaten Bandung. Soreang.
- Halim, A. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2): 157-172.
- Suyadi., Syahdanur., dan Suryani, S. 2018. Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1): 1-10.
- Tambunan. 2011. *Teori Ekonomi Makro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.