



Tersedia online di: <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JP>

e-mail: jurnalpari@gmail.com

JURNAL PARI

Volume 11 Nomor 1 Juli 2025

p-ISSN: 2502-0730

e-ISSN : 2549-0133



ANALISIS NILAI TAMBAH DAN MANAJEMEN INDUSTRI PENGOLAHAN BANDENG ISI TANPA DURI DI UMKM GLOBAL PANGAN SADULUR

Iskandar Kanna¹, dan Junianto²

¹Program Studi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Padjadjaran

²Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Padjadjaran

Diterima tanggal : 16 Juni 2025 Diterima setelah perbaikan : 2 Juli 2025

disetujui terbit : 25 Juli 2025

ABSTRAK

Pengolahan hasil perikanan merupakan mata rantai penting dalam sektor perikanan yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah dan memperluas akses pasar produk perikanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah dan manajemen industri pengolahan bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Bandeng isi tanpa duri merupakan salah satu produk diversifikasi olahan ikan bandeng (*Chanos chanos*). Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025, dan menggunakan pendekatan studi kasus dan metode deskriptif - kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Nilai tambah dianalisis dengan metode Hayami, sedangkan manajemen industri dianalisis melalui aspek sarana dan prasarana, pengadaan bahan baku, proses produksi, pengelolaan tenaga kerja, strategi pemasaran, distribusi produk, dan sistem pencatatan produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengolahan bandeng isi tanpa duri memiliki nilai tambah yang tinggi dan dikelola dengan sistem manajemen industri yang baik. Nilai tambah yang dihasilkan sebesar Rp30.000/kg dengan rasio 31,58%. Pengelolaan sarana dan prasarana secara efisien dan disesuaikan dengan proses produksi yang sistematis untuk menjaga mutu dan efisiensi usaha. Pengelolaan tenaga kerja menerapkan sistem kerja terorganisir dengan pembagian jadwal dan tugas yang jelas. Strategi pemasaran mencakup segmentasi pasar yang tepat, penetapan harga berjenjang, promosi digital, dan saluran distribusi multikanal. Produk telah menjangkau pasar lokal maupun luar daerah, dan pencatatan produksi menggunakan sistem komputerisasi. Penelitian ini memberikan kontribusi data empiris mengenai nilai tambah dan manajemen industri produk olahan ikan skala UMKM. Temuan ini diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan strategi peningkatan efisiensi produksi, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan daya saing UMKM berbasis pengolahan hasil perikanan.

KATA KUNCI: Nilai Tambah; Bandeng Isi Tanpa Duri; Manajemen Industri; UMKM; Pengolahan Hasil Perikanan.

ABSTRACT

*Fishery product processing is an important link in the fisheries sector, aiming to add value and expand market access. This study aims to analyze the added value and industrial management of the boneless stuffed milkfish processing at Global Pangan Sadulur, an MSME in Margaasih District, Bandung Regency, West Java Province. Boneless stuffed milkfish is one of the diversified processed milkfish (*Chanos chanos*) products. The study was conducted in May 2025 using a case study approach and descriptive-quantitative methods. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Added value was analyzed using the Hayami method, while management was analyzed in terms of facilities and infrastructure, raw material procurement, production processes, workforce management, marketing strategy, product distribution, and production recording systems. The results show that boneless stuffed milkfish processing yields high added value and is managed with a good industrial management system. The added value generated is IDR 30,000/kg with a ratio of 31.58%. Facilities and infrastructure are managed efficiently through a systematic production process to maintain quality and efficiency. The workforce is organized with*

Korespondensi penulis:

Jln. Ir. Soekarno km. 21 Jatiningor, Kab. Sumedang 45363 Jawa Barat

email : iskandar24001@mail.unpad.ac.id

clear schedules and task division. Marketing strategies include segmentation, tiered pricing, digital promotion, and multi-channel distribution. Products are marketed locally and to other regions, and production is recorded with a computerized system. This study provides empirical data on the added value and management of the fish processing at the MSME scale. These findings are expected to serve as a reference for developing strategies to increase production efficiency, create jobs, and strengthen the competitiveness fish processing-based MSMEs.

KEYWORDS: Value Added; Boneless Stuffed Milkfish; Industrial Management; MSMEs; Fishery Product Processing.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan kekayaan sumber daya perikanan yang sangat melimpah. Tidak hanya sebagai sumber pangan bergizi tinggi bagi masyarakat, sektor perikanan juga berperan strategis dalam mendukung perekonomian nasional, terutama melalui kegiatan penangkapan dan budi daya ikan. Kegiatan pengolahan hasil perikanan merupakan mata rantai penting dalam sektor perikanan. Industri pengolahan hasil perikanan berperan strategis dalam meningkatkan nilai tambah produk, memperluas peluang kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis sumber daya lokal. Produk olahan perikanan menjadi solusi dalam memperpanjang masa simpan, meningkatkan nilai jual, serta menjangkau segmen pasar yang lebih luas dibandingkan produk segar (Supriadi *et al.*, 2021). Pengolahan ikan juga bertujuan untuk mempertahankan mutu dan memberikan nilai tambah pada produk perikanan (Gabriela & Junianto, 2024).

Industri pengolahan hasil perikanan nasional terus menunjukkan peran yang krusial dalam mendorong hilirisasi perikanan dan pertumbuhan ekonomi sektor kelautan dan perikanan. Berdasarkan KKP (2024), volume produk olahan hasil perikanan Indonesia pada tahun 2023 tercatat sebesar 4,12 juta ton. Produksi ini berasal dari Unit Pengolahan Ikan (UPI) skala mikro sebesar 2,74 juta ton, skala kecil sebesar 0,17 juta ton, dan skala menengah serta besar sebesar 1,21 juta ton. Data ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro menjadi kontributor terbesar (>66%) terhadap volume produksi olahan nasional. Selain itu, capaian penting lainnya dari sektor ini adalah nilai hilirisasi perikanan, yang pada tahun 2023 mencapai Rp289,64 triliun. Nilai tersebut terdiri atas kontribusi UPI skala mikro sebesar 66%, UPI skala kecil sebesar 4%, dan UPI skala menengah dan besar sebesar 30%. Komposisi ini menegaskan dominasi usaha berskala mikro dalam volume produksi sekaligus kontribusi ekonominya yang sangat signifikan terhadap total nilai hilirisasi perikanan nasional.

Perkembangan ini mencerminkan bahwa aktivitas pengolahan hasil perikanan oleh pelaku usaha mikro dan kecil telah menjadi tulang punggung hilirisasi

perikanan nasional. Meningkatnya kontribusi sektor pengolahan juga didukung oleh pertumbuhan konsumsi ikan domestik yang terus menguat. Menurut KKP (2024b), Angka Konsumsi Ikan (AKI) nasional naik dari 54,56 kg/kapita pada tahun 2020 menjadi 55,16 kg/kapita tahun 2021, 56,48 kg/kapita pada tahun 2022, dan 57,61 kg/kapita pada tahun 2023. Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) menargetkan AKI nasional mencapai 59,00 kg/kapita pada tahun 2024 sebagai bagian dari upaya mewujudkan ketahanan pangan berbasis perikanan. Peningkatan AKI tersebut mencerminkan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk perikanan, khususnya dalam bentuk olahan yang praktis, bergizi, dan sesuai dengan standar mutu pangan. Hal ini membuka peluang pasar yang luas bagi pelaku industri pengolahan, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di wilayah sentra produksi dan distribusi.

Salah satu komoditas perikanan yang berpotensi besar untuk dikembangkan proses pengolahannya adalah ikan bandeng (*Chanos chanos*). Ikan bandeng memiliki kelebihan dari sisi ketersediaan dan kandungan gizi, tetapi banyaknya duri halus dapat menurunkan minat konsumen, terutama pada kelompok rumah tangga. Pengolahan ikan bandeng segar menjadi bandeng isi tanpa duri merupakan salah satu inovasi yang mampu meningkatkan keberterimaan konsumen dan nilai ekonomis produk. Produk bandeng isi tanpa duri dikategorikan sebagai olahan setengah jadi atau siap masak yang diproses melalui tahapan pencabutan duri, pencampuran adonan, pengisian kembali ke kulit ikan, pengukusan, dan pengemasan (Hasiani *et al.*, 2024). Dalam konteks hilirisasi perikanan, usaha pengolahan ikan bandeng menjadi produk bandeng isi tanpa duri, sangat relevan untuk dikembangkan sebagai bagian dari rantai hilirisasi berbasis UMKM.

Pengembangan industri pengolahan perikanan skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin penting dalam mendukung pemerataan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Salah satu pelaku usaha pengolahan hasil perikanan yang berhasil mengembangkan produk bandeng isi tanpa duri sejak tahun 2006 adalah UMKM Global Pangan

Sadulur. Usaha ini menarik untuk diteliti karena memiliki sistem produksi yang tertata, melibatkan 48 orang tenaga kerja dalam dua siklus produksi per hari, serta menerapkan pencatatan produksi secara komputerisasi. Produk yang dihasilkan telah dipasarkan ke berbagai daerah, termasuk Bandung Raya, Jabodetabek, dan beberapa kota besar luar Jawa. Penjualan dilakukan melalui saluran *offline* dan *online*. Keberhasilan usaha tersebut tidak terlepas dari manajemen industri yang dijalankan, mulai dari penggunaan sarana prasarana, pengadaan bahan baku, proses produksi, pengelolaan tenaga kerja, strategi pemasaran dan distribusi produk, hingga sistem pencatatan berbasis komputerisasi.

Tantangan dalam manajemen industri UMKM sektor pengolahan perikanan antara lain keterbatasan pengelolaan, aversi terhadap risiko usaha, serta kurangnya pendampingan dan pembinaan dari instansi terkait (Suyadi *et al.*, 2018). Nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan menjadi indikator penting dalam mengukur keberlanjutan dan profitabilitas usaha (Aji *et al.*, 2024). Meskipun telah berkembang, masih terdapat hambatan terutama dalam hal aspek efisiensi produksi, optimalisasi tenaga kerja, manajemen bahan baku, dan pencapaian nilai tambah produk. UMKM pengolahan perikanan sering menghadapi kendala dalam struktur biaya dan margin keuntungan. Oleh karena itu, analisis menyeluruh terhadap nilai tambah dan manajemen industri diperlukan sebagai dasar peningkatan efisiensi dan keberlanjutan usaha (Intyas & Firdaus, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah yang dihasilkan dari proses produksi bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur menggunakan metode Hayami, serta mengkaji aspek manajemen industrinya yang mencakup sarana dan prasarana, pengadaan bahan baku, proses produksi, pengelolaan tenaga kerja, strategi pemasaran, distribusi produk, dan sistem pencatatan produksi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengambilan keputusan usaha, penguatan strategi produksi, serta penyusunan kebijakan pemberdayaan UMKM pengolahan hasil perikanan.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Global Pangan Sadulur yang berlokasi di Kampung Cipatat

Binong RT 06 RW 12, Kelurahan Lagadar, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, pada bulan Mei 2025. Lokasi dipilih secara purposif karena UMKM tersebut telah menjalankan proses produksi olahan ikan bandeng secara berkelanjutan sejak tahun 2006 hingga sekarang, memiliki legalitas dan sertifikasi mutu yang memadai, serta menjangkau pasar lokal dan luar daerah.

Jenis dan Metode Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode deskriptif-kuantitatif untuk menggambarkan kondisi manajemen industri dan menganalisis nilai tambah dari proses pengolahan produk bandeng isi tanpa duri. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas produksi, wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha dan tenaga kerja, serta dokumentasi terkait proses produksi, struktur biaya, dan alur distribusi. Informasi tambahan diperoleh dari dokumen internal UMKM, seperti laporan produksi bulanan, pencatatan komputerisasi, serta data historis harga bahan baku dan harga jual produk.

Metode Analisis

Analisis nilai tambah dilakukan dengan metode Hayami untuk memahami struktur biaya, perolehan pendapatan, dan nilai tambah dalam proses produksi berbagai produk olahan perikanan dan kelautan (Ningsih *et al.*, 2024). Penggunaan metode tersebut untuk menganalisis nilai tambah produk bandeng isi tanpa duri dilakukan dengan menyusun komponen input dan output per kilogram, yang meliputi bahan baku, input tambahan, biaya tenaga kerja, dan harga jual. Parameter yang dianalisis mencakup nilai tambah per kilogram, rasio nilai tambah terhadap nilai jual, pendapatan tenaga kerja, dan keuntungan usaha. Sementara itu, analisis manajemen industri dilakukan berdasarkan beberapa aspek, yaitu sarana dan prasarana, pengadaan bahan baku, proses produksi, pengelolaan tenaga kerja, strategi pemasaran, distribusi produk, dan sistem pencatatan produksi (Tabel 2). Data yang diperoleh ditabulasi dan dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai manajemen industri yang diterapkan di UMKM Global Pangan Sadulur. Metode perhitungan nilai tambah menggunakan Hayami disajikan pada Tabel 1, sedangkan metode analisis manajemen industri disajikan pada Tabel 2.

Tabel 1. Metode Analisis Nilai Tambah (Hayami)

No	Komponen	Formulasi
A	Output, Input, dan Harga	
A.1	Output yang dihasilkan (kg/siklus)	A.1
A.2	Bahan baku / input (kg/siklus)	A.2
A.3	Tenaga kerja (HOK/siklus)	A.3
A.4	Faktor konversi (output/input)	$A.4 = A.1 / A.2$
A.5	Koefisien tenaga kerja (HOK/kg input)	$A.5 = A.3 / A.2$
A.6	Harga output (Rp/kg)	A.6
A.7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/siklus)	A.7
B	Pendapatan dan Keuntungan	
B.1	Harga bahan baku (Rp/kg input)	B.1
B.2	Tambahan input lain (Rp/kg output)	B.2
B.3	Nilai output (harga jual × faktor konversi)	$B.3 = A.4 \times A.6$
B.4	Nilai Tambah (<i>Value Added</i>)	
B.4.1	Besarnya Nilai Tambah (Rp/kg)	$B.4.1 = B.3 - B.1 - B.2$
B.4.2	Rasio Nilai Tambah (%)	$B.4.2 = B.4.1 / B.3 \times 100\%$
B.5	Pendapatan Tenaga Kerja	
B.5.1	Besarnya Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	$B.5.1 = A.5 \times A.7$
B.5.2	Persentase Pendapatan Tenaga Kerja (%)	$B.5.2 = B.5.1 / B.4.1 \times 100\%$
B.6	Keuntungan (Profit)	
B.6.1	Besarnya Keuntungan (Rp/kg)	$B.6.1 = B.4.1 - B.5.1$
B.6.2	Persentase Keuntungan (%)	$B.6.2 = B.6.1 / B.3 \times 100\%$
C	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
C.1	Marjin (harga jual – harga bahan baku) (Rp/kg)	$C.1 = B.3 - B.1$
C.1.1	Persentase pendapatan tenaga kerja dari marjin (%)	$C.1.1 = B.5.1 / C.1 \times 100\%$
C.1.2	Sumbangan input lain terhadap marjin (%)	$C.1.2 = B.2 / C.1 \times 100\%$
C.1.3	Persentase keuntungan dari marjin (%)	$C.1.3 = B.6.1 / C.1 \times 100\%$

Sumber: berbagai sumber (diolah)

Tabel 2. Metode Analisis Manajemen Industri

No	Aspek	Fokus Analisis	Metode Analisis	Indikator yang Digunakan
1.	Sarana dan Prasarana	Jenis, kapasitas, fungsi, dan tata letak fasilitas produksi	Observasi langsung, wawancara, dokumentasi	Jenis dan kapasitas sarana prasarana, alur ruang kerja, pemisahan area basah dan kering
2.	Pengadaan Bahan Baku	Sumber bahan baku, frekuensi pasokan, metode pembayaran, dan kualitas bahan baku	Wawancara, observasi langsung, dokumentasi	Asal bahan baku, jumlah pasokan per siklus, stabilitas pasokan, sistem pembayaran, mutu bahan baku
3.	Proses Produksi	Tahapan kerja, volume input-output, efisiensi produksi, dan penyusutan	Observasi langsung, studi alur produksi, dokumentasi	Jumlah bahan baku (kg/ekor), hasil output, proses kerja, waktu kerja, persentase penyusutan
4.	Pengelolaan Tenaga Kerja	Struktur kerja, jumlah pekerja, sistem kerja dan upah, serta efisiensi kerja	Wawancara, observasi, dokumentasi	Jumlah pekerja per siklus produksi, hari kerja per bulan, sistem upah, pembagian tugas, koefisien tenaga kerja (HOK/kg)
5.	Strategi Pemasaran	Penetapan harga, segmentasi pasar, metode promosi, analisis pesaing	Wawancara, studi pemasaran, telaah dokumen promosi	Harga jual per saluran pemasaran (<i>distributor/ reseller/ end user</i>), jenis promosi, media promosi, karakteristik konsumen
6.	Distribusi Produk	Saluran distribusi, mitra pemasaran, cakupan wilayah pemasaran	Observasi lapangan, wawancara pemasaran, dokumentasi penjualan	Nama mitra, jenis saluran (<i>offline/ online</i>), area pemasaran, jenis <i>e-commerce platform</i> yang digunakan
7.	Sistem Pencatatan Produksi	Media pencatatan, jenis data yang dicatat, pemanfaatan data untuk evaluasi	Telaah dokumen, observasi, wawancara	Media pencatatan, format input - output, rekap produksi, evaluasi bulanan, jenis data yang dikumpulkan

Sumber: berbagai sumber (diolah)

HASIL DAN PEMBAHASAN**Gambaran Umum UMKM Global Pangan Sadulur**

Global Pangan Sadulur merupakan UMKM yang bergerak di bidang pengolahan hasil perikanan, dengan produk unggulan berupa bandeng isi tanpa duri. Usaha ini berlokasi di Kampung Cipatat Binong RT 06 RW 12, Kelurahan Lagadar, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Produk bandeng isi tanpa duri dikembangkan sebagai solusi atas rendahnya minat masyarakat mengonsumsi ikan bandeng akibat banyaknya duri halus. Produk ini menawarkan kepraktisan, aman dikonsumsi, dan bernilai gizi tinggi bagi konsumen.

Proses pengolahan bandeng isi tanpa duri dilakukan melalui tahapan: penerimaan bahan baku, penyiangan dan pencucian, pembuangan sisik dan jeroan, pencabutan tulang (duri), pemisahan daging, kulit, dan duri, pencucian/perendaman kulit dan

kepala, penggilingan daging ikan dan pencampuran adonan, pembumbuan, pengisian adonan ke dalam kulit ikan, pengukusan, pendinginan, dan pengemasan. Produk dipasarkan dalam bentuk setengah jadi yang dapat langsung digoreng sebelum dikonsumsi. Kapasitas produksi harian mencapai 300-600 kg, setara dengan 1.500-3.000 ekor bandeng. Dengan 20 hari kerja per bulan, kapasitas produksi bulanan sekitar 6 – 12 ton, setara dengan 30.000-60.000 ekor bandeng. Operasional produksi dijalankan dalam dua siklus produksi, masing-masing melibatkan 24 tenaga kerja, dengan total 48 orang yang bekerja secara bergantian.

Merek dagang produk dapat menjadi nilai tambah di mata konsumen tertentu (Fitriana & Setiawan, 2023). Produk bandeng isi tanpa duri yang dihasilkan UMKM Global Pangan Sadulur dipasarkan dengan merek dagang “BANDENG TJAP SEMAR” dan “BANDENG INN” melalui saluran distribusi *offline* dan *online*. Usaha tersebut telah memiliki legalitas dan

sertifikasi yang lengkap, seperti Akte Pendirian CV, NIB dan Sertifikat Standar OSS-RBA, Izin Lingkungan, serta Sertifikat SKP/GMP, Halal, dan HACCP. Pencatatan produksi dan distribusi telah dilakukan dengan sistem komputerisasi, yang memudahkan pengawasan dan pelaporan operasional secara berkala. Global Pangan Sadulur memiliki visi “Menghasilkan Produk Ikan Bandeng yang Baik dan Aman”, dengan misi “menghasilkan produk berkualitas, menerapkan GMP dan SSOP secara konsisten, menggunakan bahan baku yang aman, serta mengembangkan sistem ketelusuran bahan dan distribusi yang akuntabel”.

Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan indikator penting untuk menilai efektivitas usaha pengolahan hasil perikanan, khususnya pada sektor UMKM. Nilai tambah dihasilkan melalui proses konversi bahan baku menjadi produk olahan yang memiliki harga jual lebih tinggi. Menurut Fitriana & Setiawan (2023), nilai tambah adalah peningkatan nilai suatu komoditas melalui proses produksi mulai pengolahan sampai dengan penyimpanan. Hasil analisis nilai tambah bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis Nilai Tambah Bandeng Isi Tanpa Duri di UMKM Global Pangan Sadulur

No	Komponen	Formulasi	Hasil Perhitungan
A Output, Input, dan Harga			
A.1	Output yang dihasilkan (kg/siklus)	A.1	300
A.2	Bahan baku / input (kg/siklus)	A.2	300
A.3	Tenaga kerja (HOK/siklus)	A.3	24
A.4	Faktor konversi (output/input)	$A.4 = A.1 / A.2$	1,00
A.5	Koefisien tenaga kerja (HOK/kg input)	$A.5 = A.3 / A.2$	0,08
A.6	Harga output (Rp/kg)	A.6	95.000
A.7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/siklus)	A.7	70.000
B Pendapatan dan Keuntungan			
B.1	Harga bahan baku (Rp/kg input)	B.1	30.000
B.2	Tambahan input lain (Rp/kg output)	B.2	35.000
B.3	Nilai output (harga jual × faktor konversi)	$B.3 = A.4 \times A.6$	95.000
B.4	Nilai Tambah (<i>Value Added</i>)		
B.4.1	Besarnya Nilai Tambah (Rp/kg)	$B.3 - B.1 - B.2$	30.000
B.4.2	Rasio Nilai Tambah (%)	$B.4.1 / B.3 \times 100\%$	31,58%
B.5	Pendapatan Tenaga Kerja		
B.5.1	Besarnya Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	$A.5 \times A.7$	5.600
B.5.2	Persentase Pendapatan Tenaga Kerja (%)	$B.5.1 / B.4.1 \times 100\%$	18,67%
B.6	Keuntungan (Profit)		
B.6.1	Keuntungan (Rp/kg)	$B.4.1 - B.5.1$	24.400
B.6.2	Persentase Keuntungan (%)	$B.6.1 / B.3 \times 100\%$	25,68%
C Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
C.1	Marjin (harga jual – harga bahan baku) (Rp/kg)	$B.3 - B.1$	65.000
C.1.1	Persentase pendapatan tenaga kerja dari marjin (%)	$B.5.1 / C.1 \times 100\%$	8,62%
C.1.2	Sumbangan input lain terhadap marjin (%)	$B.2 / C.1 \times 100\%$	53,85%
C.1.3	Persentase keuntungan dari marjin (%)	$B.6.1 / C.1 \times 100\%$	37,54%

Sumber: berbagai sumber (diolah)

Berdasarkan Tabel 3, analisis nilai tambah produk bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur, mencakup komponen output, input, harga, pendapatan tenaga kerja, dan keuntungan per kilogram produk. Dalam satu siklus produksi,

digunakan bahan baku ikan bandeng segar sebanyak 300 kg, setara dengan 1.800 ekor (asumsi 6 ekor/kg). Produk bandeng isi tanpa duri yang dihasilkan sebanyak 300 kg, setara dengan 1.500 ekor dengan bobot rata-rata 200 gram per ekor (5 ekor/kg). Faktor

konversi output terhadap input sebesar 1,00 menunjukkan efisiensi volume, meskipun secara fisik terdapat penyusutan sebanyak 300 ekor akibat seleksi mutu dan kerusakan fisik pada bahan baku dalam proses pengolahan.

Nilai tambah produk mencapai Rp30.000/kg, dengan rasio nilai tambah sebesar 31,58% dari harga jual Rp95.000/kg. Pendapatan tenaga kerja sebesar Rp5.600/kg atau 18,67% dari nilai tambah, sedangkan keuntungan bersih sebesar Rp24.400/kg (25,68% dari nilai output). Marjin antara harga jual dan harga bahan baku sebesar Rp65.000/kg terbagi menjadi: biaya input tambahan 53,85%, upah tenaga kerja 8,62%, dan laba usaha 37,54%. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa pengolahan bandeng isi tanpa duri memberikan nilai tambah yang tinggi. Hasil ini mencerminkan efisiensi dalam pengelolaan input dan tenaga kerja, serta menunjukkan bahwa produk ini secara ekonomis layak dikembangkan. Keuntungan bersih sebesar Rp24.400 per kilogram, atau setara 25,68 persen dari nilai output, menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan biaya operasional dan kemampuan usaha untuk menciptakan margin usaha yang kompetitif.

Nilai tambah bandeng isi tanpa duri memang sedikit lebih rendah dibanding beberapa produk olahan ikan bandeng lainnya. Aji *et al.* (2024) melaporkan nilai tambah bandeng presto dapat mencapai 63%. Temuan tersebut diperkuat Hasiani *et al.* (2024) yang menemukan inovasi pengolahan ikan bandeng menjadi amplang meningkatkan daya saing dan harga jual secara signifikan dibanding produk segar, dengan nilai tambah mencapai sebesar 40,59%. Walaupun nilai tambah bandeng isi tanpa duri lebih rendah daripada olahan bandeng lainnya, struktur biaya dan proporsi pendapatan tenaga kerja menunjukkan efisiensi yang baik. Faktor seperti bentuk produk akhir, kemasan, dan persepsi konsumen terhadap kualitas produk turut berpengaruh terhadap harga jual dan nilai tambah produk.

Nilai tambah tinggi juga ditemukan pada beberapa produk olahan ikan lainnya: ikan layur kering, ikan nila bumbu kuning, abon kerang, ikan mujair asin, dan batagor ikan tenggiri, dengan rasio nilai tambah berturut-turut 62,47%, 62,50%, 63,15, 70,14% dan 78% (Ningsih *et al.*, 2024; Intyas *et al.*, 2020; Adriani *et al.*, 2025; Sa'adah, 2021; Binu *et al.*, 2023). Selain itu, produk olahan berbasis luman daging ikan (surimi) juga memiliki nilai tambah tinggi, seperti

produk ekado, fish roll, siomay ikan salmon, bakso ikan salmon, otak-otak ikan tenggiri, otak-otak jumbo ikan tenggiri, dan dimsum ikan, masing-masing sebesar 78,22%, 72,82%, 53,44%, 47,96%, 40,77%, 34%, dan 33,12% (Junianto *et al.*, 2024; Nurhasanah *et al.*, 2025). Sebaliknya, produk olahan dengan nilai tambah lebih rendah misalnya pindang ikan tongkol dengan nilai tambah sebesar 15,18% (Gabriela & Junianto, 2024). Perbedaan nilai tambah antar produk olahan perikanan dipengaruhi oleh jenis produk, kompleksitas proses pengolahan, dan variasi harga jual produk.

Distribusi nilai tambah dari produksi bandeng isi tanpa duri terbagi ke beberapa balas jasa. Tenaga kerja menerima pendapatan sebesar Rp5.600 per kilogram produk atau sekitar 18,67% dari nilai tambah. Bagian keuntungan atau pendapatan bersih yang diterima pemilik usaha sebesar Rp24.400 per kilogram (81,33% dari nilai tambah) merupakan pengembalian atas modal, kompensasi risiko usaha, dan imbalan peran manajerial pemilik dalam proses produksi. Struktur marjin usaha menunjukkan proporsi terbesar harga jual produk digunakan untuk menutup biaya input tambahan, sedangkan sisanya terbagi untuk upah tenaga kerja dan keuntungan bersih.

Dukungan sarana produksi serta sistem kerja yang terstruktur menjadi faktor utama pencapaian nilai tambah tinggi tersebut. Keberhasilan menjaga kualitas bahan baku, mengoptimalkan tenaga kerja, dan menerapkan sistem pencatatan berbasis komputer turut memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan pasar. Analisis nilai tambah produk juga memperlihatkan potensi keberlanjutan usaha. Marjin yang optimal memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan reinvestasi, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperluas distribusi produk. Strategi ini penting untuk penguatan daya saing produk olahan perikanan skala UMKM, misalnya melalui *e-commerce* (Riana *et al.*, 2014; Amri *et al.*, 2025).

Analisis Manajemen Industri

Analisis manajemen industri dilakukan berdasarkan aspek sarana dan prasarana, pengadaan bahan baku, proses produksi, pengelolaan tenaga kerja, strategi pemasaran, distribusi produk, dan sistem pencatatan produksi. Hasil analisis manajemen industri bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur, disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Manajemen Industri Bandeng Isi Tanpa Duri di UMKM Global Pangan Sadulur

No.	Aspek	Fokus Analisis	Hasil Analisis
1.	Sarana dan Prasarana	Jenis, kapasitas, fungsi, dan tata letak fasilitas produksi	Fasilitas meliputi bak pencucian (kap. 300 kg), gudang (kap. 1.000 kg), alat penggiling, pengukus, dan sebagainya. Tata ruang produksi dipisahkan antara area basah dan kering. Standar GMP dan SSOP telah terpenuhi.
2.	Pengadaan Bahan Baku	Sumber bahan baku, frekuensi pasokan, metode pembayaran, dan kualitas bahan	Ikan bandeng segar diperoleh dari Karawang, Indramayu, Pasar Ikan Caringin, dan PIM Soreang. Pasokan dilakukan setiap 3 hari sekali sebanyak 1-2 ton. Pembayaran dilakukan secara tunai. Kualitas pasokan relatif stabil dan sesuai standar.
3.	Proses Produksi	Tahapan kerja, volume input-output, efisiensi produksi, dan penyusutan	Proses produksi mulai dari tahap penerimaan bahan baku hingga pengemasan. Input sebanyak 1.800 ekor ukuran 6 ekor/kg (300 kg), menghasilkan 1.500 ekor @200 gram/ekor (300 kg) bandeng isi tanpa duri. Konversi output terhadap input sebesar 1,00 walaupun jumlah ikan mengalami penyusutan 300 ekor akibat seleksi mutu dan kerusakan fisik.
4.	Pengelolaan Tenaga Kerja	Struktur kerja, jumlah pekerja, sistem kerja dan upah, serta efisiensi kerja	Total 48 pekerja dibagi ke dalam dua siklus produksi (24 orang per siklus). Sistem kerja berlangsung 5 hari per minggu atau 20 hari per bulan. Upah harian sebesar Rp70.000/orang. Efisiensi kerja 0,08 HOK/kg input. Tugas dibagi per tahapan proses.
5.	Strategi Pemasaran	Penetapan harga, segmentasi pasar, metode promosi, pesaing	Harga jual ditetapkan: Rp19.000/ekor untuk <i>distributor</i> , Rp21.000 untuk <i>reseller</i> , dan Rp27.000 untuk konsumen akhir. Segmentasi pasar mencakup rumah tangga, pelanggan ritel, dan konsumen <i>online</i> . Promosi melalui bazar, katalog, dan media digital. Pesaing UMKM yang memproduksi olahan ikan sejenis/identik, seperti bandeng cabut duri, bandeng presto, dan olahan beku berbahan dasar ikan bandeng lainnya.
6.	Distribusi Produk	Saluran distribusi, mitra pemasaran, cakupan wilayah pemasaran	Produk didistribusikan melalui mitra <i>reseller</i> dan <i>distributor</i> , serta ritel modern seperti <i>Rajawali Sosis Baso (RSB) Frozen food</i> . Distribusi juga dilakukan melalui <i>Shopee</i> , <i>Tokopedia</i> , dan <i>Sayurbox</i> . Wilayah pemasaran meliputi Bandung Raya, Jabodetabek, Palembang, Lampung, dan Banyumas.
7.	Sistem Pencatatan Produksi	Media pencatatan, jenis data yang dicatat, pemanfaatan data untuk evaluasi	Sistem pencatatan menggunakan <i>spreadsheet</i> komputerisasi. Data yang dicatat mencakup bahan baku, hasil produksi, penggunaan bahan tambahan, tenaga kerja, dan stok. Rekap dilakukan setiap bulan untuk keperluan evaluasi produksi.

Sumber: berbagai sumber (diolah)

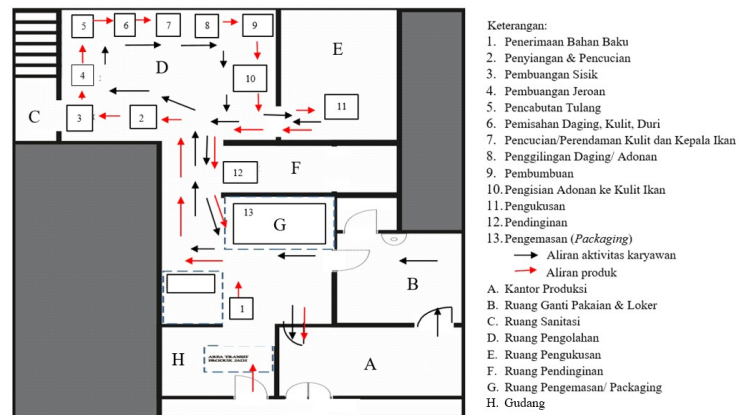
Berdasarkan Tabel 4, sarana dan prasarana yang digunakan UMKM telah memenuhi standar sanitasi, dengan tata ruang yang memungkinkan alur kerja efisien. Unit usaha ini telah membangun rantai pasokan bahan baku yang stabil dengan sistem pembayaran tunai dan pasokan berkala setiap tiga hari. Proses produksi dijalankan secara bertahap dengan penyusutan yang terkendali, menghasilkan efisiensi konversi bahan baku yang baik. Tenaga kerja dikelola dalam dua siklus produksi dengan total 48 orang dan sistem kerja lima hari per minggu, mendukung kapasitas produksi sebanyak 1.500-3.000

ekor per hari. Strategi pemasaran mencakup penetapan harga berjenjang dan segmentasi pasar mulai konsumen rumah tangga hingga pelanggan *online*. Distribusi dilakukan melalui mitra, ritel modern, serta *e-commerce platform* dengan cakupan pasar yang luas termasuk luar Pulau Jawa. Sistem pencatatan produksi menggunakan sistem komputerisasi. Secara keseluruhan, manajemen industri yang diterapkan menunjukkan struktur kerja yang efisien, adaptif, dan sesuai dengan karakteristik UMKM pengolahan hasil perikanan.

Sarana dan Prasarana

Ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai merupakan faktor penting dalam mendukung kelancaran proses produksi di unit pengolahan hasil perikanan. Fasilitas yang tepat tidak hanya berpengaruh pada efisiensi dan kapasitas produksi, tetapi juga berpengaruh langsung pada mutu dan keamanan pangan, serta kontinuitas produk. UMKM Global Pangan Sadulur memanfaatkan sarana dan prasarana yang representatif untuk mendukung proses

produksi secara berkelanjutan. Seluruh fasilitas ditempatkan dengan alur kerja yang memisahkan ruang basah dan ruang kering guna meminimalkan kontaminasi silang. Aktivitas produksi dilakukan dengan menggunakan air bersih mengalir dari PDAM dan ditampung dalam *reservoir/torn*, sehingga pasokan air terpenuhi pada setiap tahapan proses. Desain tata letak ruang mengikuti urutan proses produksi satu arah dari penerimaan bahan baku hingga pengemasan, bertujuan untuk menghindari perpotongan jalur antara bahan baku dan produk akhir (Gambar 1).



Gambar 1. Layout UMKM Global Pangan Sadulur

Desain *layout* tersebut sesuai dengan prinsip GMP dan SSOP yang menekankan pemisahan area kotor dan bersih dalam unit pengolahan ikan (KKP, 2019). Pemanfaatan sarana disesuaikan dengan kapasitas produksi sehingga berkontribusi terhadap pengendalian mutu dan efisiensi kerja. UMKM yang memiliki sarana pendukung memadai dan alur kerja terstandar mampu meningkatkan produktivitas serta menurunkan risiko kontaminasi. Dukungan sarana yang memadai juga memperkuat citra usaha dalam menghadapi pengawasan keamanan pangan serta menjadi prasyarat dalam memperoleh dokumen sertifikasi. UMKM Global Pangan Sadulur telah memiliki beberapa dokumen sertifikasi, seperti Sertifikat Halal, SKP/GMP, dan HACCP, menandakan sarana dan prasarana yang digunakan memenuhi persyaratan minimum. Sistem kerja di ruang produksi diawasi ketat dengan pembagian tugas per area untuk memastikan standar sanitasi dan higienis terjaga.

Penerapan sistem pengolahan dengan sarana yang sesuai skala usaha membuat UMKM ini mampu mempertahankan produktivitas 300-600 kg atau sekitar 1.500-3.000 ekor bandeng isi tanpa duri per hari. Konsistensi volume produksi yang optimal ini membuktikan bahwa sarana yang digunakan telah dikelola secara optimal meskipun masih bersifat semi-

manual. Penggunaan peralatan semi-manual dipilih untuk menekan biaya operasional dan menjaga fleksibilitas proses. Peralatan pengolahan telah disesuaikan dengan kebutuhan volume produksi harian (Tabel 5).

Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku merupakan komponen awal yang krusial dalam rantai produksi industri pengolahan hasil perikanan. Ketersediaan bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan menentukan kelancaran proses produksi, stabilitas biaya, dan mutu produk akhir. UMKM Global Pangan Sadulur mengandalkan bahan baku berupa ikan bandeng segar yang diperoleh dari beberapa pemasok pada sentra-sentra produksi ikan bandeng di Kabupaten Karawang dan Kabupaten Indramayu, serta Pasar Ikan Caringin Kota Bandung, dan Pasar Ikan Modern (PIM) Soreang Kabupaten Bandung. Frekuensi pengadaan bahan baku setiap tiga hari sekali atau sesuai kebutuhan, dengan volume rata-rata mencapai 1-2 ton. Volume pasokan ini disesuaikan dengan kapasitas produksi harian sebesar 300-600 kg, setara dengan 1.500-3.000 ekor bandeng isi tanpa duri. Ikan yang diterima harus memenuhi standar kualitas tertentu yang dipersyaratkan UMKM (Tabel 6).

Tabel 5. Peralatan Pengolahan Bandeng Isi Tanpa Duri di UMKM Global Pangan Sadulur

No	Jenis	Bahan	Jumlah	Fungsi
1	Pisau dan pinset	Baja tahan karat (<i>stainless steel</i>) + plastik (gagang)	50	Memotong dan membersihkan duri ikan
2	Gunting	<i>Stainless steel</i> + plastik	50	Memotong sirip ikan atau plastik kemasan
3	Talenan	Plastik / Kayu	10	Alas potong yang higienis dan aman
4	Baskom	Plastik	12	Menampung ikan, daging, dan bahan lainnya
5	Jolang	Plastik	13	Wadah besar untuk menyimpan ikan
6	Klakat	Bambu	112	Meniriskan ikan setelah dicuci
7	Blender	Plastik + logam	1	Menghaluskan bumbu atau bahan isian
8	Chopper	Plastik + logam	1	Mencacah daging ikan untuk adonan isian
9	Mesin Giling	Besi / <i>stainless steel</i>	1	Menggiling daging ikan hingga halus
10	Mesin Vakum	Logam + plastik	3	Mengemas produk dengan mengeluarkan udara
11	Mesin Sealer	Logam + plastik	2	Menyegel kemasan plastik
12	Loyang	Aluminium / <i>stainless steel</i>	240	Wadah untuk mengukus bandeng isi
13	Kukusan	Aluminium / <i>stainless steel</i>	4	Mengukus bandeng isi agar matang dan lembut
14	Timbangan	Logam + plastik / digital	6	Menimbang bahan atau produk akhir
15	Baki / Nampan	<i>Stainless steel</i>	9	Menyusun ikan bandeng saat produksi
16	Corong	Plastik / <i>stainless steel</i>	12	Mengisikan bumbu ke dalam kemasan plastik
17	Keranjang	Plastik	8	Mengangkut bahan antar proses
18	Sendok	<i>Stainless steel</i> / plastik	15	Mengambil bumbu atau bahan isian
19	Buleng	Kayu	5	Mengaduk adonan secara manual
20	<i>Air Purifier</i>	Plastik + filter + komponen elektronik	3	Menyaring udara dari debu, bau, menjaga kualitas udara ruang produksi
21	Alat pelindung diri (APD)	Kain + karet	50	Menjaga kebersihan dan keselamatan pekerja, terdiri dari: masker, celemek, sarung tangan, dan penutup kepala
22	Meja Kerja	<i>Stainless steel</i>	1	Proses pembersihan dan pengisian adonan
23	Kulkas	Logam + plastik	2	Penyimpanan bahan baku dan adonan sebelum pengolahan, suhu <i>chiller</i> di bawah 5°C
24	<i>Freezer</i>	Logam + plastik	2	Penyimpanan produk jadi setelah dikemas, suhu beku ($\leq -18^{\circ}\text{C}$)

Sumber: data primer (diolah)

Tabel 6. Persyaratan Bahan Baku untuk Pengolahan Bandeng Isi Tanpa Duri

No.	Persyaratan	Keterangan
1	Jenis Ikan	Bandeng (<i>Chanos chanos</i>)
2	Bentuk Bahan Baku	Ikan utuh, tidak dibelah, tanpa luka fisik, segar
3	Ukuran	Seragam, rata-rata 6 ekor/kg (± 160 –170 gram per ekor)
4	Kondisi Kesegaran	Mata jernih, insang merah cerah, sisik utuh, tidak berbau asam atau busuk
5	Suhu Saat Penerimaan	$\leq 5^{\circ}\text{C}$ (menggunakan es selama transportasi)

Sumber: data primer (diolah)

Pemeriksaan mutu dilakukan secara visual dan organoleptik, disertai pencatatan asal dan jumlah bahan baku ke sistem komputerisasi UMKM. Penilaian organoleptik dilakukan menggunakan panca indera untuk menilai parameter mutu seperti penampakan, bau, tekstur dengan skor minimal 7 pada rentang skor 1-9. Uji organoleptik dapat menggambarkan kemunduran mutu produk perikanan (Jumiati & Zainuddin, 2018). Penanganan pasca penerimaan bahan baku juga diperhatikan dengan prinsip higienitas dan rantai dingin agar mutu ikan tetap terjaga. Hal ini sesuai dengan Binu *et al.* (2023) bahwa produk perikanan mudah rusak atau busuk sehingga diperlukan sistem rantai dingin untuk menjaga kesegarannya.

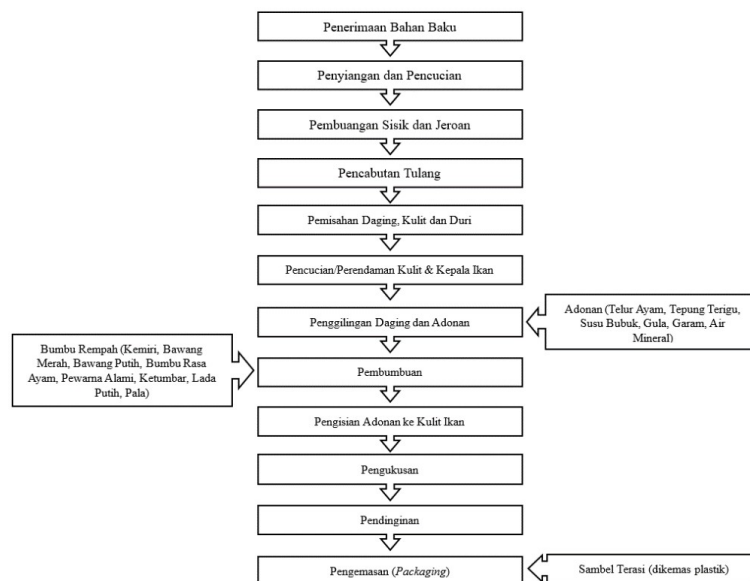
Kualitas bahan baku yang diterima tergolong stabil. Persentase penolakan terhadap pasokan ikan sangat rendah karena pemasok telah memahami standar teknis yang ditetapkan UMKM. Terjaminnya pasokan bahan baku berkualitas tinggi berdampak langsung pada peningkatan produktivitas dan nilai tambah produk olahan (Supriadi *et al.*, 2021). Hal ini diperkuat Hasiani *et al.* (2024) yang menyatakan keberhasilan produksi olahan ikan sangat bergantung pada mutu bahan baku serta konsistensi pasokan dari pemasok terpercaya. Stabilitas pasokan bahan baku menjadi salah satu kekuatan utama UMKM Global Pangan Sadulur dalam mempertahankan kontinuitas produksi dan mutu produk secara konsisten. Keberhasilan sistem pengadaan ini menunjukkan bahwa integrasi antara kedekatan pemasok, komunikasi langsung, dan jadwal pasokan yang teratur mampu membentuk

sistem logistik bahan baku yang efisien dan responsif dalam menunjang operasional industri.

Pembayaran kepada pemasok dilakukan secara langsung dengan sistem tunai setelah verifikasi kualitas bahan baku. Hubungan kemitraan yang terjalin bersifat informal namun berkelanjutan, sehingga memudahkan koordinasi tanpa kontrak tertulis. Pola kemitraan jangka panjang antara pelaku usaha pengolahan dan pemasok lokal mampu menjaga stabilitas pasokan serta menekan biaya distribusi. Ketersediaan bahan baku yang relatif stabil juga membuat UMKM ini tidak terlalu bergantung pada musim tertentu.

Proses Produksi

Proses pengolahan bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur dilakukan melalui tahapan produksi yang berurutan dan terstandar untuk menjaga mutu dan keamanan pangan (Gambar 2). Kegiatan dimulai dari penerimaan bahan baku; ikan yang datang dijaga dalam rantai dingin selama penanganan awal untuk mempertahankan kesegarannya. Langkah berikutnya adalah penyiangan dan pencucian dengan cara membersihkan ikan dari kotoran dengan air bersih mengalir. Tahapan ini dilanjutkan dengan pembuangan sisik dan jeroan secara hati-hati agar tidak merusak struktur kulit yang akan digunakan kembali. Pencabutan tulang dilakukan dengan teliti tanpa merusak kulit ikan, kemudian daging, kulit, dan duri dipisahkan secara manual.



Gambar 2. Tahapan Pengolahan Bandeng Isi Tanpa Duri di UMKM Global Pangan Sadulur

Daging ikan bandeng digiling dan dicampurkan dengan bahan adonan seperti tepung terigu, telur ayam, susu, dan bumbu rempah. Semua bahan diaduk hingga adonan homogen yang siap diisi kembali ke dalam kulit ikan yang telah bersih. Pengisian adonan ke kulit ikan dilakukan manual dengan menjaga volumenya agar bentuk akhir tetap menyerupai ikan utuh. Setelah pengisian, ikan dikukus pada suhu dan waktu tertentu dalam waktu yang ditetapkan sesuai standar operasional. Proses pengukusan ini mematangkan adonan sekaligus mengikat bentuk produk. Produk yang telah dikukus kemudian didinginkan ke suhu ruang sebelum masuk tahap pengemasan. Bahan kemasan *inner* menggunakan plastik vakum nilon untuk menjaga daya simpan dan kualitas produk, sedangkan kemasan luar (*master*) menggunakan dus karton. Selanjutnya produk dikemas menggunakan *master carton*, disimpan beku dan dikirim menggunakan kemasan berinsulasi agar tetap dingin distribusi.

Selama proses pengolahan, terjadi penyusutan jumlah ikan sekitar 300 ekor dari total 1.800 ekor menjadi 1.500 ekor per siklus produksi. Penyusutan ini disebabkan seleksi mutu di tahap awal, kerusakan fisik saat pembersihan, serta ketidaksesuaian ukuran dan kondisi sebagian bahan baku. Penyusutan tersebut merupakan bagian dari kontrol mutu untuk memastikan hanya ikan berkualitas baik yang diproses menjadi produk akhir. Keseluruhan proses dilakukan di ruang produksi yang bersih dengan alur kerja yang efisien. Pengelolaan tiap tahapan secara sistematis mendukung pemenuhan standar mutu dan efisiensi waktu produksi dalam satu siklus.

Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja merupakan aspek penting yang mendukung kelancaran proses produksi pada unit usaha pengolahan hasil perikanan. Efektivitas dan efisiensi tenaga kerja sangat menentukan produktivitas harian dan konsistensi kualitas produk. UMKM Global Pangan Sadulur menerapkan sistem kerja terorganisir dengan pembagian jadwal dan tugas yang jelas untuk mengoptimalkan proses produksi bandeng isi tanpa duri. Total tenaga kerja sebanyak 48 orang, dibagi ke dalam dua siklus produksi per hari, masing-masing terdiri dari 24 orang. Jadwal kerja berlangsung lima hari dalam satu minggu atau sekitar 20 hari kerja per bulan, dengan upah harian sebesar Rp70.000 per orang. Sistem kerja ini memberikan fleksibilitas bagi pekerja harian namun tetap menjaga keberlangsungan operasional usaha secara konsisten. Setiap siklus produksi terdiri atas pekerja yang ditugaskan secara

spesifik pada tiap tahapan proses. Tenaga kerja ditempatkan sesuai keahlian dan pengalaman untuk menjaga mutu produk di setiap pos kerja. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa koefisien tenaga kerja sebesar 0,08 HOK per kilogram input, yang mencerminkan tingkat efisiensi tenaga kerja dalam mengonversi bahan baku menjadi produk akhir. Nilai 0,08 HOK/kg tersebut relatif efisien untuk usaha skala kecil-menengah dengan proses yang masih semi-manual.

Efisiensi tenaga kerja yang baik pada UMKM pengolahan perikanan dapat dicapai melalui pelatihan internal, pembagian kerja yang jelas, serta rotasi tugas untuk mengurangi kelelahan (Intyas & Firdaus, 2020). Pelatihan keterampilan kerja di UMKM ini diberikan secara informal oleh pelaku usaha untuk mempercepat adaptasi pekerja baru terhadap standar mutu dan proses kerja. Sistem produksi yang mengintegrasikan sanitasi, pelatihan kerja, dan pembagian pos kerja dapat menurunkan tingkat penyusutan dan meningkatkan mutu akhir produk. Hal ini selaras dengan Supriadi *et al.* (2021) yang menyatakan produktivitas UMKM pengolahan ikan sangat bergantung pada jumlah dan keterampilan tenaga kerja, terutama dalam proses manual seperti pencabutan duri atau pembentukan produk.

Sebagian besar tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar dan telah mendapatkan pelatihan langsung mengenai prosedur pengolahan berbasis sanitasi dan higienis. Keberadaan tenaga kerja lokal tidak hanya membantu kesinambungan produksi, tetapi juga memberikan dampak sosial-ekonomi positif bagi masyarakat setempat. Penggunaan tenaga kerja lokal turut mendukung keberlanjutan usaha karena lebih fleksibel terhadap fluktuasi volume pesanan. Kondisi ini mencerminkan keberhasilan pengelolaan sumber daya manusia berbasis lokal yang berdampak positif terhadap stabilitas produksi. Produktivitas kerja juga didukung oleh alur kerja yang efisien dan tata letak ruang produksi yang disesuaikan dengan aliran proses.

Kegiatan produksi diawasi langsung oleh penanggung jawab produksi pada setiap siklus produksi, yang bertugas mengatur distribusi beban kerja dan menjamin pencapaian target produksi harian. Manajemen tenaga kerja yang terstruktur, sistem kerja yang konsisten, serta efisiensi konversi tenaga kerja terhadap output produksi menjadi kekuatan utama dalam pengelolaan industri ini. Model ini dapat menjadi acuan bagi UMKM lain dalam mengelola produksi pangan olahan yang padat karya namun tetap mengutamakan kualitas dan efisiensi.

Strategi Pemasaran

Menurut Pua Tingga & Pua Geno (2021), pemasaran adalah upaya produsen memenuhi kebutuhan konsumen secara sistematis, meliputi penetapan segmentasi pasar dan penyusunan bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan rangkaian kegiatan terencana yang dilakukan pelaku usaha untuk mengenalkan, mempromosikan, dan menjual produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Strategi pemasaran bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur, meliputi penetapan harga, segmentasi pasar, metode promosi, dan analisis pesaing.

a. Penetapan Harga

Penetapan harga adalah elemen strategis pemasaran produk olahan perikanan karena berpengaruh pada persepsi nilai, posisi produk di pasar, dan daya saing usaha. UMKM Global Pangan Sadulur menerapkan strategi harga berjenjang dengan mempertimbangkan struktur distribusi, segmentasi pasar, biaya produksi, margin keuntungan, serta daya beli konsumen. Metode yang digunakan dalam penentuan harga adalah pendekatan *cost-plus pricing*, yaitu penambahan margin keuntungan di atas total biaya produksi. Menurut Hidayati & Junianto (2024), prinsip dasar *cost-plus pricing* adalah penetapan harga jual dengan memperhitungkan semua komponen biaya produksi untuk menjamin keuntungan jangka panjang. Struktur biaya untuk produk ini meliputi bahan baku Rp30.000/kg, input tambahan Rp35.000/kg, ditambah upah tenaga kerja, dan biaya operasional lain. Hasil analisis menunjukkan harga jual tingkat distributor masih memberikan margin keuntungan sekitar Rp6.000 per ekor. Hal ini sejalan dengan Supriadi *et al.* (2021) bahwa margin produsen yang sehat perlu diimbangi dengan harga kompetitif di saluran distribusi.

UMKM Global Pangan Sadulur memasarkan produk melalui beberapa saluran distribusi dengan harga sesuai posisi pelaku dalam rantai pemasaran. Harga dasar ditetapkan sebesar Rp19.000 per ekor untuk distributor, memberi keleluasaan bagi distributor sebagai penghubung produsen dengan pengecer/*reseller*. Harga untuk *reseller* ditetapkan Rp21.000 per ekor, sedangkan konsumen akhir membayar Rp27.000 per ekor. Skema berjenjang ini mencerminkan distribusi margin yang adil di sepanjang rantai pemasaran. Konsumen memperoleh produk dengan nilai tambah fungsional karena bandeng isi tanpa duri menawarkan keunggulan praktis, aman

dikonsumsi, dan bebas duri. Penetapan harga tersebut juga memperhatikan faktor eksternal seperti kondisi pasar lokal, harga produk pesaing di wilayah Bandung Raya, serta daya beli konsumen sasaran. Model harga berlapis ini terbukti mendorong perluasan pasar sekaligus menjaga harmonisasi antar pelaku distribusi. Margin minimal sekitar 25% dari biaya produksi diperlukan untuk keberlanjutan UMKM olahan perikanan, sekaligus memberikan insentif yang seimbang bagi seluruh pelaku distribusi (Purwaningsih, 2015).

Kebijakan harga yang diterapkan oleh UMKM Global Pangan Sadulur mendukung stabilitas usaha dan hubungan baik dengan mitra distribusi. Harga khusus bagi distributor dan *reseller* merupakan strategi insentif yang mendorong komitmen penjualan serta perluasan jaringan pemasaran. Transparansi dan konsistensi harga menciptakan kepercayaan dan memungkinkan fleksibilitas dalam promosi maupun evaluasi bila terjadi perubahan biaya produksi atau dinamika pasar. Penetapan harga di UMKM ini tidak hanya berdasarkan kalkulasi biaya, tetapi juga mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap kualitas dan kenyamanan produk. Strategi ini menghasilkan struktur harga yang kompetitif, mendukung loyalitas konsumen dan mitra usaha, serta berkontribusi terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

b. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah langkah strategis untuk menentukan fokus pemasaran agar produk dapat menjangkau konsumen secara efektif dan efisien. Segmentasi pasar merupakan langkah awal penyusunan bauran pemasaran 4P, yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* (Pua Tingga & Pua Geno, 2021). UMKM Global Pangan Sadulur telah menerapkan segmentasi spesifik dengan mempertimbangkan karakteristik konsumen, wilayah pemasaran, dan perilaku belanja. Secara geografis, produk dipasarkan ke Bandung Raya, Jabodetabek, serta beberapa kota besar lain seperti Palembang, Lampung, dan Banyumas. Secara demografis, produk menyasar konsumen rumah tangga kelas menengah ke atas, pelaku usaha kuliner (katering dan restoran), serta ibu rumah tangga yang membutuhkan produk olahan praktis siap masak. Selain itu, segmentasi juga didasarkan perilaku konsumen yang mengutamakan kepraktisan, keamanan, dan kenyamanan konsumsi. Produk ini ditujukan bagi konsumen dengan waktu terbatas menyiapkan makanan tetapi tetap menginginkan sajian bergizi tanpa repot duri.

UMKM Global Pangan Sadulur juga membidik segmen pasar modern melalui kerja sama dengan ritel seperti *Rajawali Sosis Baso (RSB) Frozen food*, serta distribusi via *e-commerce* dan platform digital seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Sayurbox*. Saluran ini mengincar konsumen akrab digital (*digital-savvy*) yang terbiasa berbelanja *daring* dan cenderung loyal pada produk dengan kualitas dan ketersediaan terjamin. Segmentasi berbasis saluran distribusi ini memungkinkan jangkauan pasar lebih luas dengan pendekatan adaptif terhadap tren belanja konsumen. Pendekatan ini mencerminkan *multi-segment targeting*, di mana satu produk menyasar berbagai kelompok konsumen melalui saluran dan komunikasi berbeda. Strategi ini efektif bagi UMKM olahan pangan karena mampu memperluas pasar tanpa mengubah karakteristik produk utama.

c. Metode Promosi

Promosi adalah komponen penting strategi pemasaran yang berfungsi mengenalkan produk, membentuk persepsi konsumen, dan mendorong peningkatan penjualan. UMKM Global Pangan Sadulur menerapkan berbagai metode promosi disesuaikan dengan karakter pasar, kemampuan usaha, dan dinamika saluran distribusi. Strategi promosi diarahkan untuk menjangkau konsumen secara langsung maupun tidak langsung, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra.

Pendekatan promosi konvensional dilakukan melalui partisipasi aktif dalam kegiatan bazar UMKM, pameran kuliner, dan event komunitas yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta. Kegiatan ini memberi peluang untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen, menyediakan sampel, dan mengumpulkan umpan balik. Strategi ini efektif memperluas pasar lokal dan mengenalkan produk bandeng isi tanpa duri kepada masyarakat yang belum familiar dengan inovasi tersebut. UMKM juga menjalankan promosi berbasis kemitraan dengan memberikan harga khusus, katalog digital, dan materi promosi sederhana bagi distributor dan *reseller*. Pendekatan ini memberikan insentif kepada distributor dan *reseller* untuk memperluas jaringan distribusi dan memasarkan produk lebih giat. Promosi melalui dukungan mitra penjualan berdampak signifikan pada peningkatan permintaan dan penetrasi pasar, terutama bagi industri olahan perikanan skala kecil (Dewi *et al.*, 2020; Herdiani, 2025).

Strategi promosi digital juga diimplementasikan melalui media sosial dan *marketplace*. Platform

seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp Business*, serta *marketplace* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Sayurbox* dimanfaatkan untuk menampilkan konten visual berupa foto produk, testimoni pelanggan, proses produksi, dan penawaran khusus. Promosi digital ini memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk, khususnya di luar wilayah distribusi konvensional. Strategi ini mampu meningkatkan *engagement* konsumen dan memperkuat kesadaran merek (*brand awareness*). Media sosial, khususnya *Instagram*, efektif membangun komunikasi promosi dengan konsumen generasi milenial yang aktif secara digital (Sabila & Amanah, 2022). Namun, evaluasi efektivitas promosi masih dilakukan secara manual berdasarkan observasi dan pengalaman pelaku usaha. Belum ada sistem pemantauan terstruktur yang mengukur dampak promosi terhadap penjualan atau konversi pelanggan. Keterbatasan integrasi antara strategi promosi dan sistem informasi pemasaran masih menjadi tantangan umum di kalangan UMKM (Basriwijaya *et al.*, 2024).

Promosi yang dijalankan oleh UMKM Global Pangan Sadulur terbukti meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau konsumen baru, termasuk menggaet *reseller* dan distributor dari luar wilayah Bandung Raya. Strategi yang konsisten, adaptif terhadap perkembangan digital, dan fleksibel terhadap dinamika pasar menjadikan promosi sebagai salah satu kekuatan utama memperkuat posisi produk. Ke depan, optimalisasi promosi melalui integrasi data, kolaborasi dengan *food influencer* lokal, serta pemanfaatan fitur kampanye promosi di platform *e-commerce* dinilai potensial untuk meningkatkan daya saing produk di pasar digital yang kian kompetitif. Tingkat keberhasilan pemasaran produk UMKM dipengaruhi oleh inovasi produk, pemasaran digital, dan adaptasi terhadap preferensi konsumen (Herdiani, 2025).

Analisis Pesaing

Pesaing merupakan perusahaan, organisasi, dan/atau pihak lain yang memproduksi dan menyediakan barang atau jasa serupa yang dapat menjadi alternatif pilihan bagi konsumen (Gabriela & Junianto, 2024). UMKM Global Pangan Sadulur beroperasi dalam lingkungan usaha yang kompetitif dengan berbagai pelaku di sektor yang sama. Persaingan mencakup pelaku usaha mikro kecil, produsen skala menengah, hingga perusahaan skala besar dengan jaringan distribusi yang luas dan promosi terstruktur. Di wilayah Bandung Raya, beberapa merek lokal memiliki pengaruh pasar yang cukup kuat, terutama untuk kategori produk bandeng presto dan bandeng cabut duri. Produk pesaing umumnya dipasarkan dalam

bentuk siap goreng atau siap santap, dengan kemasan sederhana hingga vakum. Keunggulan mereka terletak pada keterjangkauan harga, kemitraan dengan warung makan, serta ketersediaan di pasar tradisional dan toko kelontong. Beberapa produsen kecil bahkan mengandalkan strategi promosi dari mulut ke mulut dan pemanfaatan media sosial pribadi.

UMKM Global Pangan Sadulur menghadirkan diferensiasi melalui inovasi produk bandeng isi tanpa duri yang masih jarang di pasaran. Produk ini ditawarkan dalam bentuk setengah jadi siap masak, dengan adonan isian yang unik dan kulit ikan yang utuh sebagai pembungkus. Keunggulannya terletak pada kemudahan penyajian, kebersihan pengolahan, dan kemasan higienis. Produk ini menyasar konsumen rumah tangga modern, pekerja sibuk, dan pelaku usaha kuliner yang membutuhkan bahan baku praktis tanpa mengorbankan cita rasa asli ikan bandeng. Perbedaan karakteristik produk ini memberi nilai kompetitif dibanding pesaing utama yang lebih fokus pada produk siap santap. Nilai tambah dan diferensiasi produk menjadi faktor kunci keputusan pembelian konsumen di sektor olahan perikanan (Kiraman *et al.*, 2022).

Pesaing dari produk substitusi seperti nugget ikan, sosis ikan, atau produk *frozen food* modern juga perlu diperhatikan. Produk-produk tersebut memiliki segmentasi serupa, terutama kalangan ibu rumah tangga dan konsumen muda yang menginginkan makanan praktis. Posisi bandeng isi tanpa duri sebagai produk setengah jadi perlu dipertahankan melalui inovasi resep dan perluasan varian untuk menghindari tekanan dari produk siap santap yang lebih instan. Persaingan juga terjadi pada saluran distribusi digital. Beberapa pesaing telah aktif di *e-commerce* dengan visual promosi menarik dan narasi merek yang kuat (Homaidi, 2017). Pentingnya promosi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama generasi muda yang responsif terhadap konten visual, makin meningkat (Basriwijaya *et al.*, 2024).

Pemetaan pesaing dilakukan secara berkala sebagai bagian dari proses evaluasi usaha. Informasi ini menjadi dasar penyesuaian strategi harga, inovasi produk, serta pendekatan promosi yang lebih adaptif. Keberhasilan UMKM Global Pangan Sadulur mempertahankan eksistensi produk sangat bergantung pada kemampuannya mengelola diferensiasi, memantau tren pasar, dan merespons kompetisi dengan pendekatan berorientasi nilai dan kualitas. Komunikasi nilai tambah produk secara efektif melalui saluran promosi yang tepat akan memperkuat posisi di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Distribusi Produk

Distribusi produk adalah proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen akhir untuk memastikan ketersediaan produk di pasar secara efektif dan efisien (Gabriela & Junianto, 2024). Saluran distribusi berperan strategis menjembatani aliran produk dari produsen ke konsumen akhir. Efektivitas distribusi berdampak langsung pada kecepatan perputaran produk, keterjangkauan harga, dan kepuasan pelanggan. UMKM Global Pangan Sadulur mengembangkan sistem distribusi berlapis yang mencakup saluran langsung dan tidak langsung dengan jangkauan wilayah luas.

Distribusi langsung dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen melalui penjualan di lokasi produksi dan penjualan *daring* di *e-commerce platform*. Konsumen dapat melakukan pembelian melalui *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Sayurbox*, yang memungkinkan jangkauan pasar meluas ke luar wilayah Bandung Raya. Saluran distribusi ini sangat efektif menjangkau konsumen rumah tangga dengan preferensi belanja digital. Model distribusi langsung ini memberikan kontrol penuh terhadap harga dan kualitas produk serta memperpendek waktu tunggu pemesanan.

Distribusi tidak langsung dijalankan melalui kemitraan dengan distributor dan *reseller*. Pemanfaatan saluran berjenjang memungkinkan produk menjangkau konsumen dari berbagai latar belakang dan preferensi belanja. Sistem ini juga menciptakan efisiensi biaya distribusi dan memperkuat kehadiran produk di pasar regional dan nasional. Kombinasi saluran langsung dan tidak langsung meningkatkan fleksibilitas distribusi serta mempercepat penetrasi pasar. Model distribusi yang diterapkan juga mempertimbangkan kapasitas logistik dan daya tahan produk (Shobur *et al.*, 2024). Produk bandeng isi tanpa duri dikemas dalam kemasan plastik *food grade* dan disimpan dalam suhu dingin untuk menjaga mutu selama distribusi. Produk dikirim menggunakan kendaraan berpendingin atau kemasan berisi es, tergantung pada volume dan jarak pengiriman. Penanganan berpendingin ini penting untuk menjamin mutu hingga ke tangan konsumen akhir.

Keberhasilan pengelolaan saluran distribusi produk UMKM Global Pangan Sadulur tercermin dari pertumbuhan jumlah *reseller* dan distributor tiap tahun. Model distribusi ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan volume penjualan bulanan hingga mencapai 6 - 12 ton, setara dengan 30.000-60.000 ekor per bulan. Saluran distribusi yang efektif tidak

hanya memperluas pasar, tetapi juga menciptakan stabilitas usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kontinuitas pasokan produk (Hidayati *et al.*, 2023). Keberhasilan UMKM memperluas pasar sangat dipengaruhi oleh kemampuannya membangun jaringan distribusi yang responsif dan berbasis hubungan jangka panjang.

Sistem Pencatatan Produksi

Sistem pencatatan produksi adalah elemen penting dalam manajemen industri pengolahan ikan yang menjadi dasar pengendalian proses, penjaminan mutu, serta evaluasi efisiensi usaha. Pada skala UMKM, pencatatan terstruktur dan terintegrasi mampu meningkatkan ketertelusuran (*traceability*), mempercepat pengambilan keputusan, serta memenuhi persyaratan legal dan sertifikasi produk. UMKM Global Pangan Sadulur telah menerapkan sistem pencatatan produksi berbasis komputer sederhana menggunakan *spreadsheet*, yang memuat seluruh informasi siklus operasional harian. Data dicatat mencakup jumlah bahan baku yang digunakan, jumlah dan jenis bahan tambahan seperti susu, telur, dan bumbu, jumlah produk jadi, tingkat penyusutan, tenaga kerja yang terlibat, serta stok akhir. Format pencatatan juga mencantumkan tanggal produksi, identifikasi *lot/batch*, dan catatan kondisi sanitasi lingkungan kerja. Informasi harian ini kemudian dirangkum dalam laporan bulanan yang menjadi bahan evaluasi manajerial.

Penerapan sistem pencatatan tersebut sesuai ketentuan Permen KP Nomor 17 Tahun 2019 tentang Persyaratan dan Tata Cara Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan (KKP, 2019). Regulasi tersebut mewajibkan setiap unit pengolahan ikan, termasuk skala kecil, memiliki sistem pencatatan dan dokumentasi proses produksi secara menyeluruh sebagai bagian pemenuhan persyaratan GMP dan SSOP. UMKM yang menerapkan pencatatan harian berbasis *spreadsheet* mampu meningkatkan efisiensi penggunaan input, mengendalikan biaya produksi, dan lebih cepat merespons perubahan pasar. Menurut Hasiani *et al.* (2024), penerapan sistem pencatatan produksi yang baik di unit usaha pengolahan perikanan dapat menjadi dasar perhitungan nilai tambah produk.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengolahan bandeng isi tanpa duri di UMKM Global Pangan Sadulur memberikan nilai tambah ekonomi yang tinggi dan dikelola dengan sistem manajemen industri yang baik. Nilai tambah produk mencapai Rp30.000/kg

dengan rasio 31,58%, yang mencerminkan efisiensi penggunaan bahan baku dan input tambahan. Proses produksi dijalankan secara terstruktur dengan sistem kerja dua siklus per hari. Sarana dan prasarana dimanfaatkan secara optimal, dan pencatatan produksi dilakukan secara komputerisasi. Manajemen industri mencakup pengadaan bahan baku dari pemasok terjamin mutu dan kontinuitasnya, proses produksi yang efisien, serta strategi pemasaran yang meliputi segmentasi tepat, penetapan harga berjenjang, promosi digital, dan saluran distribusi multi-kanal. Produk telah dipasarkan ke berbagai wilayah, baik lokal maupun luar daerah, meskipun masih menghadapi tantangan persaingan dengan produk serupa di pasar modern.

Saran

UMKM disarankan untuk meningkatkan promosi digital secara konsisten dengan konten yang menarik dan edukatif. Peningkatan kapasitas tenaga kerja melalui pelatihan teknis dan manajemen produksi perlu dilakukan untuk memperkuat efisiensi operasional. Selain itu, perlu dikembangkan sistem pencatatan berbasis aplikasi terintegrasi dengan manajemen distribusi dan stok, serta perluasan kerja sama dengan mitra distribusi dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Inovasi produk melalui diversifikasi varian rasa, ukuran kemasan, atau pengembangan produk siap saji juga dapat meningkatkan nilai tambah dan loyalitas konsumen. Penguatan kapasitas produksi, baik melalui efisiensi alur kerja maupun penambahan peralatan produksi sederhana, menjadi langkah penting untuk mengantisipasi peningkatan permintaan pasar.

Di sisi lain, pemerintah pusat maupun daerah sebgag perlu memberikan dukungan kepada UMKM pengolahan hasil perikanan. Akses pembiayaan perlu diperluas untuk mendukung modernisasi peralatan produksi dan fasilitas pengemasan yang higienis bagi UMKM yang telah memiliki kelayakan usaha. Pemerintah juga perlu mengembangkan program pelatihan dan pendampingan yang fokus pada penguatan manajemen usaha, pemasaran digital, sertifikasi mutu, dan perizinan berbasis OSS. Penguatan konektivitas antara sentra budidaya bandeng dan unit pengolahan melalui model kemitraan lokal atau koperasi wilayah dapat meningkatkan stabilitas pasokan bahan baku dan efisiensi rantai pasok. Selain itu, prosedur sertifikasi mutu seperti HACCP, SKP, dan Halal sebaiknya dibuat lebih inklusif dan terjangkau bagi pelaku UMKM melalui pendampingan teknis agar lebih banyak UMKM yang mampu memenuhi standar mutu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Global Pangan Sadulur atas kesediannya menerima kunjungan dan memberikan informasi yang dibutuhkan selama penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D., Mulyana, A., Wildayana, E., Maryadi, M., Yazid, M., Antoni, M., Arbi, M., Sari, D. W., Huanza, M., Damayanthi, D., Wahyuni, R., Sulastri, M. A., Zuliansyah, M. A., Putri, T. W. S., Antonio, J., Lestari, E. F., Amalina, D., Yuliani, M. T., Silvian, T., & Sari, Y. (2025). Peningkatan Nilai Tambah Produk Olahan Ikan Nila (Ikan Nila Bumbu Kuning dan Sambal Khas Komering) di Desa Pulau Gemantung Kecamatan Tanjung Lubuk Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Jurnal Wiyata Madani*, 2(1), 20–30. <https://ejournal.upnvj.ac.id/jwm/article/view/10392>
- Aji, B. R., Abubakar, A., & Sulandjari, K. (2024). Analisis Kelayakan Finansial dan Nilai Tambah Bandeng Presto pada UMKM di Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(13), 90–103. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12702966>
- Amri, A., Tahang, H., Fakhriyyah, S., Wahid, A., & Alpiani, A. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM Perikanan melalui E-commerce. *JIPMAS: Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 69–80. <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/pengabdian>
- Basriwijaya, K. M. Z., Hasanah, H., Nurhidayati, A. E., Permatasari, N., Asti, A., Syamsiah, N. O., Ilhamsyah, I., Ibrahim, F., Nugraha, A., Musa, M., Heriyanto, H., Muhtarom, N., & Setiawan, D. (2024). Digital Marketing Produk Pertanian, Peternakan dan Perikanan (Cetakan pertama). *PT Penamuda Media*. https://penarepository.com/id/eprint/259/1/!%20DIGITAL%20MARKETING%20PRODUK%20PERTANIAN%5ELJ%20PETERNAKAN%20DAN%20PERIKANAN_removed.pdf
- Binu, M. A., Maulina, I., & Suryana, A. A. H. (2023). Analisis Nilai Tambah Batagor Ikan Tenggiri (Studi kasus di UMKM Selaras Semesta, Kota Bandung). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 2516–2527. <https://kandaga.unpad.ac.id/koleksi/repository/item/230110190041>
- Dewi, M., Hubeis, M., & Riani, E. (2020). Strategi Pemasaran UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT Madani Food, Jakarta). *Manajemen IKM*, 15(1), 77–83. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Fitriana, N. H. I., & Setiawan, R. F. (2023). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Keripik Wader Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonorejo Kota Surabaya. *AGRIDEVINA: Berkala Ilmiah Agribisnis*, 12(2), 76–87. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/sear/article/view/4311>
- Gabriela, L., & Junianto. (2024). Analisis Nilai Tambah dan Manajemen Industri Ikan Pindang Tongkol di Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung (Studi kasus: UMKM Pindang Pelem). *Jurnal Serambi Engineering*, 9(4), 10639–10647. <https://jse.serambimekkah.id/index.php/jse/article/view/439>
- Hasiani, Y., Ash'ari, F. M., Suslinawati, S., & Pandi, P. (2024). Penerapan Metode Hayami dalam Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ikan Bandeng Menjadi Amplang. *Rawa Sains: Jurnal Sains STIPER Amuntai*, 14(1), 14–20. <https://doi.org/110.36589/rs.v14i1.280>
- Herdiani, H. (2025). Strategi Pemasaran UMKM dalam Menjangkau Pasar Modern: Studi Kasus pada Bandeng Inn. *ADIJAYA: Jurnal Multidisiplin*, 3(2), 135–144. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/index>
- Hidayati, S. I., & Junianto. (2024). Analisis Pemasaran pada Produk Keripik Nori di UMKM NORIbet Bandung. *Jurnal Serambi Engineering*, 9(4), 11251–11256. <https://jse.serambimekkah.id/index.php/jse/article/view/574>
- Hidayati, W., Amalia, N. H., Irnawati, I., Fadilla, F., Ramadhan, F., & Hari, Y. (2023). Penguatan Strategi Marketing Industri Kreatif Masyarakat (Home Industry Olahan Ikan Bandeng) di UMKM Kamaseang Desa Bonto Manai Kecamatan Labakkang Kabupaten Pangkep. *Center of Knowledge: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 72–80. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jesst/article/view/1670>
- Homaidi, A. (2017). Analisis Perancangan E-commerce untuk Pemasaran Olahan Hasil Perikanan. *AiTech*, 3(1), 1–8. <https://>

- ejournal.saintek-ibrahimy.ac.id/index.php/Aitech/article/view/12
- Intyas, C. A., & Firdaus, M. (2020). Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Ikan Cumi di Desa Weru, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. *Journal of Fisheries and Marine Research*, 4(2), 214–221. <https://pdfs.semanticscholar.org/0706/15924a48c0ca3a5820ee4c156cf2735200df.pdf>
- Intyas, C. A., Firdaus, M., & Aziz, A. (2020). Analisis Nilai Tambah Ikan Layur (*Trichiurus savala*) Kering di UKM Mawardi Desa Weru, Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. *Prosiding Simposium Nasional VII Kelautan dan Perikanan* (pp. 181–186). Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin. <http://journal-old.unhas.ac.id/index.php/proceedingsimnaskp/article/view/10805>
- Jumiati & Zainuddin (2018). Analisis Sanitation Standar Operating Procedure (SSOP) dan Kualitas Daging Rajungan pada Miniplant di Kabupaten Tuban. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat III Universitas PGRI Ronggolawe Tuban Tuban, Vol. 3 (2018)*; 233-238. <https://www.academia.edu/download/112978061/480666516.pdf>
- Junianto, Hidayati, S. I., Nanang, N., Febrianti, R. M., & Nugraha, M. R. (2024). Analisis Pemasaran Otak-Otak Jumbo Ikan Tenggiri pada UMKM Permai Sari Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Industri (EBI)*, 6(1), 33–41. <http://jurnal.cic.ac.id/>
- Junianto, Syauqibi, A., Fauzan, M., Farhansyah, M., & Riyadi, R. S. (2024). Analisis Karakteristik Pemasaran Produk Dimsum dan Nilai Tambahnya pada Usaha Kecil dan Menengah Dimsum Inmons di Kecamatan Cibeunying Kidul Kota Bandung. *PAPALELE: Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan*, 8(1), 34–45. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/papalele/index>
- Kiraman, A., Umar, Z. A., & Juanna, A. (2022). Pengaruh strategi diferensiasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Jambura*, 5(2), 809–818. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- KKP. (2019). Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 17 Tahun 2019 tentang Persyaratan dan Tata Cara Penerbitan Sertifikat Kelayakan Pengolahan. *Kementerian Kelautan dan Perikanan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/159329/permen-kkp-no-17permen-kp2019-tahun-2019>
- KKP. (2024). Program dan Kegiatan Direktorat Pengolahan dan Bina Mutu Tahun 2024. Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan. *Disampaikan pada Rapat Kerja Teknis Ditjen PDSPKP, Yogyakarta, 7 Maret 2024*. <https://sites.google.com/view/rakernisditjenpdspkp2024/home>
- KKP. (2024). Capaian Kinerja Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2020 – 2024. Kementerian Kelautan dan Perikanan. <https://kkp.go.id/download-pdf-akuntabilitas-kinerja/akuntabilitas-kinerja-pelaporan-kinerja-capaian-kinerja-kementerian-kelautan-dan-perikanan-tahun-2020-2024.pdf>
- Ningsih, A. R., Indah, P. N., & Fitriana, N. H. I. (2024). Analisis Nilai Tambah dan Optimasi Keuntungan Produksi Olahan Kerang Kampak (Studi kasus pada UMKM Bunda Surabaya). *Agroteksos*, 34(2), 429–443. <https://agroteksos.unram.ac.id/index.php/Agroteksos/article/view/1108>
- Nurhasanah, S., Nurhayati, A., Herman, R. G., & Maulina, I. (2025). Analisis Model Bisnis dan Nilai Tambah Produk Hasil Olahan Ikan di UMKM Torani Sumber Makmur, Kota Cirebon. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Hewani*, 4(1), Artikel 4604. <https://doi.org/10.55606/jurrih.v4i1.4604>
- Pua Tingga, C., & Pua Geno, Z. A. (2021). Segmentasi dan Target Pasar Produk UMKM Sektor Perikanan melalui Strategi Bauran Pemasaran di Kota Kupang. *Jurnal Bahari Papadak*, 2(2), 72–75. Fakultas Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana. <https://www.academia.edu/download/87970714/482749634.pdf>
- Purwaningsih, R. (2015). Analisis nilai tambah produk perikanan lemuru Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *JITI*, 14(1), 13–23. <https://journals.ums.ac.id/index.php/jiti/article/viewFile/620/360>
- Riana, I. G., Wiagustini, N. L. P., & Meydianawati, L. G. (2014). Master Plan UMKM Berbasis Perikanan untuk Meningkatkan Pengolahan Produk Ikan yang Memiliki Nilai Tambah Tinggi. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 7(2), 102–119. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/download/16436/10772/>
- Sa'adah, W. (2021). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ikan Mujair Menjadi Ikan Asin di Desa Weduni Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan. *Mimbar*

Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 7(1), 466–475. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mimbaragribisnis/article/download/4709/pdf>

Sabila, S. H., & Amanah, S. (2022). Efektivitas *Instagram* sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Pangan Olahan Hasil Perikanan UMKM Si Petek. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(3), 294–311. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i3.956>

Shobur, M., Supriyanti, Y., & Nurselvi. (2024). Strategi pengembangan jaringan distribusi produk UMKM menuju pasar ritel modern melalui pengabdian masyarakat Desa Tegal, Bogor. *Adibrata: Jurnal*, 4(2), 74–80. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/adt/article/view/44131/21092>

Supriadi, D., Nugraha, E. H., Widayaka, R., & Rena, R. (2021). Analisis Nilai Tambah (*Value Added*) Usaha Pemasaran dan Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Cirebon. *Jurnal Investasi*, 7(2), 1–12. <http://investasi.unwir.ac.id/index.php/investasi/article/view/131>

Suyadi, S., Syahdanur, S., & Suryani, S. S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>