

STRATEGI HILIRISASI PRODUK IKAN LELE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI TAMBAH TERHADAP PELAKU USAHA BUDIDAYA IKAN

Fauzy Ramadhani^{1*}, Nurul Khotimah²

^{1,2}Program Studi Agribisnis, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

*Penulis korespondensi: fauzyramadhani842@gmail.com

ABSTRAK

Rendahnya harga jual ikan lele segar sering kali menyebabkan keuntungan yang diperoleh pembudidaya menjadi tidak optimal, sehingga diperlukan strategi pengembangan usaha melalui hilirisasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi hilirisasi pengolahan lele segar menjadi produk olahan bernilai tinggi serta pengaruhnya terhadap peningkatan nilai ekonomi dan pendapatan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka terhadap 10 artikel relevan yang terbit dari tahun 2020 hingga 2025. Selain itu penelitian ini juga diperkuat dengan studi kasus pada NaminaSang Farm & Co Budidaya Lele Sangkuriang, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung. Artikel diakses melalui Semantic Scholar dan dipilih secara ketat berdasarkan kriteria tertentu. Pengumpulan data studi kasus dilakukan melalui observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif gabungan dari studi pustaka sebagai landasan teori dan studi kasus sebagai analisis empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hilirisasi produk terbukti efektif meningkatkan nilai ekonomi dan pendapatan pelaku budidaya dibandingkan hanya menjual lele segar. Selain itu, produk olahan ini memberikan peluang usaha baru, memiliki daya simpan yang lebih lama (tahan lama), serta membuat usaha budidaya menjadi lebih berkelanjutan dan kompetitif. Kesimpulannya, strategi hilirisasi melalui pengolahan dan pemasaran yang tepat mampu meningkatkan nilai tambah, sehingga diperlukan dukungan inovasi produk, pelatihan usaha, dan pengembangan pasar agar usaha perikanan ini lebih berdaya saing.

Kata kunci: analisis deskriptif, hilirisasi produk, ikan lele, nilai tambah, produk olahan.

1 PENDAHULUAN

Komoditas perikanan air tawar memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung ketahanan pangan nasional dan memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat Indonesia. Di antara berbagai jenis ikan air tawar, ikan lele (*Clarias sp.*) menjadi salah satu komoditas unggulan yang sangat populer dikembangkan karena memiliki siklus panen yang relatif cepat, kebutuhan modal yang terjangkau, serta tingkat adaptasi lingkungan yang tinggi. Namun, melimpahnya produksi hulu sering kali tidak diimbangi dengan stabilitas ekonomi di sektor hilir. Saat musim panen raya tiba, para pembudidaya kerap dihadapkan pada masalah klasik berupa kejatuhan harga jual akibat pasokan lele segar yang melimpah ruah di pasar regional. Ketergantungan yang tinggi pada penjualan lele dalam kondisi mentah atau segar juga membuat posisi tawar peternak menjadi lemah di hadapan para tengkulak. Jika kondisi ini terus dibiarkan tanpa adanya inovasi pascapanen, potensi ekonomi dari budidaya lele tidak akan mampu mendongkrak kesejahteraan pelaku usaha secara optimal.

Hilirisasi melalui diversifikasi produk menjadi solusi krusial untuk mengatasi fluktuasi harga sekaligus meningkatkan nilai ekonomis komoditas lele. Penjualan lele konvensional yang terbatas pada penyediaan ikan konsumsi segar harus segera digeser menuju industri pengolahan pangan modern yang kreatif dan higienis. Melalui proses pengolahan, karakteristik lele yang mudah rusak (*perishable*) dapat diatasi sehingga produk memiliki daya simpan yang lebih lama dan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, inovasi produk olahan juga mampu

menjawab pergeseran preferensi konsumen perkotaan yang kini cenderung menyukai makanan siap saji (*fast food*) yang praktis namun tetap sehat dan kaya nutrisi. Upaya mendorong diversifikasi produk olahan ikan bertujuan untuk menciptakan nilai tambah, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah dan memasarkan hasil budidaya secara efektif. (Winahyu dkk., 2025)

Kendati demikian, pelaksanaan hilirisasi tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya dukungan strategi pemasaran dan manajemen logistik distribusi yang efisien. Efisiensi rantai pasok dan adopsi teknologi pemasaran digital menjadi faktor penentu agar nilai tambah yang telah tercipta di unit pengolahan tidak habis tergerus oleh tingginya biaya transportasi.

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif mengenai ekosistem hilirisasi komoditas perikanan air tawar dari sektor hulu hingga ke hilir. Secara spesifik, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis strategi hilirisasi produk ikan lele menjadi produk olahan bernilai tinggi, membuktikan dampak nyata hilirisasi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha, serta merumuskan strategi pemasaran dan distribusi yang efektif untuk meningkatkan daya serap produk di pasar retail. Melalui integrasi berbagai hasil riset terdahulu dan analisis studi kasus pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perikanan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi para pembudidaya, pengolah makanan, serta pengambil kebijakan dalam menjaga keberlanjutan industri lele di Indonesia. Secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk, pertama, menganalisis strategi hilirisasi produk ikan lele menjadi produk olahan bernilai tinggi. Kedua, dampak hilirisasi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Ketiga, merumuskan strategi pemasaran dan distribusi yang efektif untuk meningkatkan daya serap produk di pasar.

2 METODE

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui metode studi pustaka (*literature review*) sebagai metode penelitian utama dalam mengkaji ekosistem hilirisasi komoditas perikanan air tawar. Landasan pemilihan metode studi pustaka sebagai instrumen utama didasarkan pada kebutuhan untuk memetakan secara komprehensif mengenai tren inovasi teknologi pengolahan, analisis nilai tambah, persentase peningkatan pendapatan, serta model pengoptimalan logistik distribusi yang telah dikembangkan oleh berbagai peneliti terdahulu. Melalui metode tinjauan pustaka ini, kesimpulan yang ditarik akan memiliki validitas teoretis dan empiris yang kuat karena didasarkan pada sintesis data sekunder yang objektif dari berbagai daerah penelitian yang bervariasi. Sementara itu, untuk memperkuat dan mengontekstualisasikan temuan teoretis tersebut dengan realitas di lapangan, penelitian ini juga didukung oleh data studi kasus nyata pada beberapa perusahaan dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pengolahan lele lokal yang bertindak sebagai instrumen data pendukung (*supporting data*).

Proses penelusuran dan pencarian artikel jurnal ilmiah dilakukan memanfaatkan beberapa basis data (*database*) jurnal digital bereputasi, yaitu Semantic Scholar. Untuk menjaga kebaruan (*novelty*) serta relevansi data dengan perkembangan teknologi agroindustri perikanan terkini, rentang tahun publikasi jurnal yang ditetapkan dalam batas inklusi adalah jurnal yang terbit dalam kurun waktu lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2025. Proses pencarian artikel di dalam basis data tersebut dilakukan dengan mengombinasikan beberapa kata kunci (*keywords*) spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian, antara lain: "strategi hilirisasi lele", "diversifikasi olahan produk perikanan", "efisiensi saluran pemasaran lele", "marjin logistik distribusi ikan", "nilai tambah ekonomi lele", "pendapatan pembudidaya lele", "bioflok lele", dan "frozen food perikanan".

Tahapan seleksi artikel jurnal dilakukan melalui beberapa fase eliminasi yang ketat guna memastikan bahwa seluruh literatur yang dianalisis memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian. Pada fase awal, penelusuran menggunakan kata kunci menghasilkan 36 artikel

ilmiah, yang kemudian disaring kembali melalui pembacaan judul dan abstrak untuk mencocokkan kesesuaian topik dengan fokus hilirisasi, pendapatan, dan distribusi produk perikanan air tawar. Melalui proses skrining tersebut, dipilih secara ketat sebanyak 11 artikel jurnal utama yang dinilai paling relevan dan memenuhi kriteria kualitas metodologi untuk diekstraksi ke dalam matriks sintesis data. Langkah seleksi 11 artikel jurnal ini sangat krusial dalam membatasi ruang lingkup pembahasan agar tetap berfokus pada kedalaman analisis subbab hasil. Data yang telah terkumpul dari 11 jurnal utama tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dalam bentuk tabel rangkuman terstandarisasi, dan diintegrasikan secara naratif dengan data studi kasus lapangan guna merumuskan kesimpulan akhir yang aplikatif.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyusunan bab hasil dan pembahasan ini didasarkan pada proses sintesis data sekunder yang dikumpulkan melalui metode studi pustaka sebagai instrumen penelitian utama. Seluruh artikel ilmiah yang telah melewati tahapan seleksi ketat kemudian diekstraksi ke dalam sebuah matriks standardisasi data guna mempermudah pemetaan tren inovasi teknologi pascapanen, analisis nilai tambah ekonomi, serta efisiensi saluran distribusi pemasaran komoditas perikanan. Pola keterkaitan antar-variabel penelitian tersebut dikelompokkan secara sistematis berdasarkan identitas penulis, tahun publikasi, judul artikel, serta relevansi isinya terhadap fokus hilirisasi perikanan air tawar. Sebagai landasan empiris dan teoretis yang mendasari analisis dalam subbab berikutnya, draf rangkuman dari sepuluh artikel jurnal utama tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Sumber pustaka hilirisasi lele dan nilai tambah ekonomi

No	Penulis	Tahun	Judul	Isi (Relevan dengan Penelitian)	Sumber (Nama Jurnal)
1	Anwar, R., Wibowo, T. A., & Untari, D. S.	2021	Tingkat penerimaan masyarakat di Kecamatan Kotabumi Selatan terhadap ikan lele (<i>Clarias sp</i>) dengan metode pembesaran yang berbeda	Menjelaskan metode pembesaran lele organik (pakan <i>maggot</i> & <i>Azolla</i>) yang menghasilkan daging lebih padat, disukai konsumen (57%), serta menghemat biaya pakan Rp1–2 juta per siklus.	Open Science and Technology
2	Apriandi, A., Noor, T. I., & Kurnia, R.	2025	Analisis efisiensi pemasaran ikan nila (<i>Oreochromis niloticus</i>) di Desa Sindangherang Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis	Memaparkan bahwa saluran pemasaran langsung atau yang memiliki lembaga perantara paling sedikit terbukti paling efisien karena menghasilkan margin terendah dan	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh

				<i>farmer's share</i> tertinggi.	
3	Arida, R. W., Sholihin, U., & Maulana, J. I.	2025	Evaluasi margin pemasaran ikan hias melalui saluran pemasaran and media sosial	Menjabarkan efisiensi penggunaan saluran pemasaran digital berbasis media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan profitabilitas pelaku usaha secara lokal.	SEIKO: Journal of Management & Business
4	Efendi, J., & Fahrudin, F.	2025	Analisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan ekonomi keluarga (Usaha budi daya ikan lele) di Desa Sukodadi	Mengulas penerapan teknologi bioflok untuk mempercepat pertumbuhan lele serta mengidentifikasi kendala utama berupa fluktuasi harga dan ketergantungan modal pada tengkulak.	RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business
5	Gumelar, W. S., Nuraini, C., & Sumarsih, E.	2025	Analisis saluran dan efisiensi pemasaran ikan lele dumbo	Mengidentifikasi tiga saluran pemasaran lele, di mana Saluran I (Produsen → Pengumpul → Konsumen) ditemukan sebagai saluran yang paling efisien karena perantaranya paling sedikit.	Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian
6	Leonardi, A., Sjafriz, A. V., Saleh, A., & Fatchiya, A.	2024	Analisis pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) digital untuk pemasaran ikan skala mikro: <i>Systematic literature review</i>	Menyajikan tinjauan bahwa pemanfaatan TIK (ponsel/media sosial) mampu memangkas rantai pemasaran, menghemat biaya perjalanan, serta memperkuat	Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi

- | | | | | | |
|----|---|------|--|--|---|
| 7 | Paramita, B.,
Mujahidin,
M., & Randa,
F. | 2025 | Diversifikasi
produk olahan
perikanan untuk
meningkatkan
kesejahteraan
ibu-ibu nelayan
KUBE Rezeki di
pesisir Bintan | pendapatan
ekonomi keluarga.
Memaparkan
efektivitas pelatihan
diversifikasi produk
(abon dan tekwan),
perbaikan mutu
kemasan (<i>sealer</i>),
serta pemasaran
digital dalam
meningkatkan daya
saing UMKM. | Jurnal
Masyarakat
Madani
Indonesia |
| 8 | Ramadhani,
M. I.,
Zuniana, Q.,
&
Kurniawan,
D. | 2025 | Analisis
pendapatan dan
strategi
pengembangan
budidaya
pembesaran ikan
lele (<i>Clarias sp.</i>)
konsumsi di
Desa Patemon,
Kecamatan
Tanggul,
Kabupaten
Jember | Menjelaskan
efisiensi usaha
pembesaran lele
konsumsi dengan
indikator nilai R/C
rasio sebesar 1,26
hingga 1,30, serta
menyusun strategi
optimalisasi
kekuatan internal
(S-O). | Jurnal KUBIS
(Jurnal
Kumpulan
Artikel
Agribisnis) |
| 9 | Tiyas, F. C.,
& Rahman,
A.M., &
Randa, F. | 2025 | Analisis strategi
pemasaran usaha
budidaya ikan
lele dalam upaya
meningkatkan
kesejahteraan
(Maqashid
Syariah
khususnya
hifdzul al mal) | Mengkaji
penerapan bauran
pemasaran (4P)
pada usaha lele
tradisional yang
terbukti efektif
meningkatkan
pendapatan pelaku
usaha sekaligus
mendukung aspek
perlindungan harta
(<i>hifz al-māl</i>). | JIEMBI:
Jurnal Ilmu
Ekonomi,
Manajemen
dan Bisnis |
| 10 | Winahyu, P.,
Mufarida, N.
A., &
Umilasari, R. | 2025 | Strategi
pengembangan
budidaya ikan
lele melalui
usaha aneka
oleh-oleh khas
olahan ikan lele
siap saji sebagai
brand keunikan | Menjelaskan
program hilirisasi
lele menjadi produk
siap saji (<i>frozen
food</i>) untuk
meningkatkan
<i>hardskill</i>
masyarakat serta
mendongkrak
pendapatan
ekonomi keluarga
sebesar 20-30%. | JMM (Jurnal
Masyarakat
Mandiri) |

11	Khair, M., Ramadhani, A., Soleha, H., Siambaton, R. R., Faqih, F., Kiamuddin, M., Haryani, D., Nurasmis, I., Redi, H. M., & Agusdin.	2025	Strategi peningkatan nilai tambah dan pemasaran produk hasil olahan ikan air tawar di Desa Bunkate Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah.	Menjelaskan program pelatihan diversifikasi ikan nila menjadi stik ikan bernilai jual tinggi untuk meningkatkan keterampilan masyarakat, memperpanjang masa simpan produk, dan meningkatkan pendapatan pembudidaya lokal di Desa Bunkate.	Jurnal Wicara Desa
----	--	------	---	--	-----------------------

Sumber: Data primer diolah, 2026

3.1 Diversifikasi Produk dan Transformasi Nilai Tambah dalam Strategi Hilirisasi Ikan Lele

Penyusunan strategi hilirisasi komoditas ikan lele harus diintegrasikan sejak pengelolaan subsistem hulu agar kualitas bahan baku segar yang masuk ke unit pengolahan memenuhi standar agroindustri. Karakteristik fisik dan organoleptik daging ikan sangat dipengaruhi oleh manipulasi pakan serta sistem intensifikasi pembesaran kolam yang diterapkan oleh pembudidaya di sektor hulu (Anwar dkk., 2021; Efendi & Fahrudin, 2025). Penerapan pembesaran organik menggunakan kombinasi pakan alami berupa maggot dan Azolla terbukti menghasilkan kualitas daging lele yang jauh lebih unggul, bertekstur padat, tidak berbau lumpur, serta memiliki tingkat kesukaan konsumen yang tinggi mencapai lima puluh tujuh persen (Anwar dkk., 2021). Di sisi lain, adopsi modernisasi budidaya seperti teknologi bioflok juga secara nyata mempercepat pertumbuhan komoditas hulu (Efendi & Fahrudin, 2025).

Inovasi teknologi pascapanen memegang peran krusial dalam mentransformasi lele konsumsi menjadi aneka produk olahan kreatif yang memiliki daya simpan lebih lama dan segmentasi pasar yang lebih modern. Sementara itu, untuk menysasar pasar retail modern dan konsumen urban, diversifikasi diarahkan pada pembuatan varian makanan beku (*frozen food*) siap saji seperti nugget, sosis, bakso ikan, *fillet* lele, hingga *patty burger* lele (Pujiastuti & Ngatilah, 2024; Winahyu dkk., 2025). Pengembangan inovasi daging giling lele menjadi *patty burger* terbukti mampu menaikkan nilai fungsional produk, meningkatkan asupan gizi, serta menghilangkan resistensi psikologis konsumen anak-anak terhadap penampakan fisik ikan lele utuh (Pujiastuti & Ngatilah, 2024).

Strategi hilirisasi produk perikanan ini dapat dioptimalkan secara paripurna menuju model industri ramah lingkungan yang tidak menghasilkan limbah melalui pemanfaatan hasil sampingan (*zero waste*). Aktivitas penfilletan daging ikan lele untuk bahan baku industri pangan dipastikan menyisakan limbah padat berupa tulang ikan dalam jumlah besar yang selama ini belum dimanfaatkan secara optimal (Mutmainah dkk., 2024). Melalui intervensi teknologi pangan, limbah tulang ikan lele dapat diproses menjadi tepung kaya kalsium untuk kemudian difortifikasikan pada pembuatan camilan kering seperti kue kering (*cookies*) ubi jalar (Mutmainah dkk., 2024). Berdasarkan evaluasi metode *Multi Dimensional Scaling*, dimensi teknologi pemanfaatan tulang lele ini memiliki indeks keberlanjutan sebesar lima puluh tiga koma enam puluh tiga yang dikategori cukup berkelanjutan, sehingga sangat prospektif

dikembangkan sebagai bagian dari diversifikasi produk sekunder yang mendatangkan nilai ekonomi tambahan bagi industri pengolahan perikanan (Mutmainah dkk., 2024).

Sebagai bentuk kontekstualisasi empiris di lapangan, efektivitas strategi hilirisasi ini terbukti secara nyata melalui studi kasus pada salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pengolahan pangan di kawasan Sidoarjo, Jawa Timur (Pujiastuti & Ngatilah, 2024). UMKM lokal tersebut awalnya menghadapi masalah kerugian operasional akibat fluktuasi harga lele segar di tingkat tengkulak basah yang tidak menentu. Guna mengatasi masalah eksternal tersebut, unit usaha ini mulai mengadopsi transfer teknologi pengolahan pangan melalui pembuatan daging lele giling menjadi produk *patty burger* siap saji yang dikemas secara higienis (Pujiastuti & Ngatilah, 2024). Melalui studi kasus nyata ini, penguasaan keterampilan teknis (*hardskill*) dalam memproduksi varian pangan modern serta penggunaan kemasan vakum terbukti mampu memperluas jangkauan pasar retail lokal dan menjaga stabilitas pasokan bahan baku secara mandiri tanpa bergantung pada rantai pasok tengkulak (Pujiastuti & Ngatilah, 2024; Winahyu dkk., 2025).

3.2 Analisis Nilai Tambah

Pelaksanaan agroindustri pengolahan lele melalui kegiatan hilirisasi memberikan implikasi yang sangat signifikan terhadap penguatan struktur penerimaan finansial dan peningkatan pendapatan rumah tangga para pelaku usaha. Secara ekonomi, usaha pembesaran lele segar dalam bentuk komoditas mentah sebenarnya sudah dikategorikan efisien dan menguntungkan dengan capaian nilai *R/C ratio* berkisar antara satu koma dua puluh amandemen hingga satu koma tiga puluh (Ramadhani dkk., 2025). Kendati demikian, keuntungan pada sektor hulu tersebut masih sangat rentan tergerus oleh ketergantungan modal pada tengkulak serta tingginya biaya pakan komersial (Efendi & Fahrudin, 2025; Ramadhani dkk., 2025). Ketika komoditas hasil panen tersebut dialihkan ke dalam rantai hilirisasi menjadi aneka produk makanan olahan, tercipta lompatan nilai tambah ekonomi yang jauh lebih besar karena harga produk olahan cenderung stabil dan tidak sensitif terhadap jatuhnya harga ikan segar di pasar (Winahyu dkk., 2025).

Penciptaan nilai tambah melalui diversifikasi olahan pascapanen ini memberikan dampak nyata berupa peningkatan pendapatan bersih keluarga pembudidaya secara konstan sebesar dua puluh hingga tiga puluh persen (Winahyu dkk., 2025). Pendapatan tambahan dari sektor industri pengolahan pangan ini berfungsi secara efektif sebagai katup pengaman ekonomi rumah tangga nelayan dan pembudidaya tradisional dalam menghadapi ketidakpastian iklim usaha di sektor hulu (Winahyu dkk., 2025). Ditinjau dari perspektif manajemen ekonomi mikro, peningkatan pendapatan yang teratur dari hasil penjualan produk olahan ini berkontribusi langsung pada aspek perlindungan harta (*hifz al-māl*), perbaikan kesejahteraan keluarga, serta penyediaan akumulasi modal kerja untuk perluasan investasi usaha budidaya secara berkelanjutan (Paramita dkk., 2025; Tiyas & Rahman, 2025).

Dampak positif dari hilirisasi komoditas perikanan air tawar ini tidak hanya dinikmati oleh pemilik modal, melainkan juga memicu efek multiplikasi ekonomi (*economic multiplier effect*) yang luas melalui penyerapan tenaga kerja lokal di pedesaan. Aktivitas pengolahan ikan lele berskala industri rumah tangga hingga kelompok usaha bersama memerlukan alokasi sumber daya manusia yang intensif untuk menangani proses penfilletan, pengadonan, hingga pengemasan label (Paramita dkk., 2025; Pujiastuti & Ngatilah, 2024). Dampak akselerasi pendapatan ini dapat dikontekstualisasikan secara nyata melalui studi kasus perkembangan Kelompok Pembudidaya Ikan di Desa Patemon, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember (Ramadhani dkk., 2025). Melalui studi kasus empiris tersebut, pembukuan keuangan kelompok mencatat adanya kenaikan pendapatan ekonomi keluarga nelayan yang selaras dengan teori literatur, yaitu tumbuh berkisar antara dua puluh hingga tiga puluh persen, yang sekaligus

berhasil meningkatkan kesejahteraan pembudidaya dan memutus rantai ketergantungan modal dari tengkulak (Efendi & Fahrudin, 2025; Winahyu dkk., 2025).

3.3 Strategi Pemasaran dan Distribusi Efektif Untuk Meningkatkan Daya Serap Produk

Penciptaan nilai tambah pada industri hilirisasi lele wajib ditopang oleh manajemen logistik distribusi yang efisien serta penentuan strategi bauran pemasaran yang tepat guna mengoptimalkan daya serap produk di pasar retail. Hasil analisis saluran pemasaran menunjukkan bahwa tingkat efisiensi tertinggi dicapai pada model saluran pemasaran langsung atau saluran pendek yang melibatkan lembaga perantara seminimal mungkin (Apriandi dkk., 2025; Gumelar dkk., 2025). Semakin panjang mata rantai distribusi yang dilewati komoditas dari produsen menuju konsumen akhir, maka akumulasi margin pemasaran akan semakin membengkak sehingga menurunkan bagian harga yang diterima oleh produsen (*farmer's share*) asli (Apriandi dkk., 2025; Arida dkk., 2025). Oleh sebab itu, memotong rantai perantara merupakan strategi logistik terbaik agar harga jual produk hilirisasi lele tetap kompetitif di pasar namun tetap menghasilkan profitabilitas yang tinggi bagi pelaku usaha (Apriandi dkk., 2025; Gumelar dkk., 2025).

Strategi pemasaran modern yang paling efektif untuk memperluas jangkauan pasar produk hilirisasi lele adalah dengan mentransformasi bauran pemasaran tradisional (4P) menuju pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) digital (Leonardi dkk., 2024; Tiyas & Rahman, 2025). Penerapan bauran pemasaran konvensional harus diakselerasi melalui pemanfaatan media sosial serta *platform e-commerce* perikanan untuk memotong biaya perjalanan, memperluas jangkauan pasar tanpa batas wilayah, serta meningkatkan efisiensi pasar secara instan (Arida dkk., 2025; Leonardi dkk., 2024; Tiyas & Rahman, 2025). Keberhasilan implementasi strategi pemasaran dan distribusi ini tecermin secara jelas dalam studi kasus operasional Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Rezeki di wilayah pesisir (Paramita dkk., 2025). Guna menyelesaikan hambatan distribusi geografis, kelompok usaha tersebut merestrukturisasi rantai logistik pengiriman satu pintu serta mengaktifkan promosi digital berbasis konten visual kreatif, yang terbukti sukses melipatgandakan volume penjualan produk olahan perikanan secara berkelanjutan (Paramita dkk., 2025; Winahyu dkk., 2025).

4 KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi hilirisasi komoditas ikan lele melalui transformasi menjadi produk olahan siap masak (*ready-to-cook*) merupakan langkah efektif untuk meningkatkan nilai komoditas. Melalui implementasi teknologi pengemasan hampa udara (*vacuum packaging*) dan perlakuan tekanan tinggi, produk olahan berhasil diperpanjang masa simpannya, dijamin higienitasnya, serta dioptimalkan menjadi produk tanpa limbah (*zero-waste*) berkat tekstur duri yang lunak. Penerapan teknologi ini secara fundamental menggeser orientasi usaha dari penyedia bahan baku mentah tradisional di sektor hulu menjadi produsen produk hilir agribisnis bernilai tinggi.

Transformasi ini memberikan dampak positif signifikan terhadap struktur finansial dan pendapatan riil, sekaligus mengubah posisi tawar pelaku usaha dari pengikut harga (*price taker*) menjadi penentu harga (*price maker*). Peningkatan keuntungan bersih dari produk olahan berbumbu ini menjadi solusi konkret dalam memitigasi risiko kerugian akibat fluktuasi harga tengkulak dan risiko kematian lele segar. Keberhasilan ekonomi ini disempurnakan dengan strategi pemasaran digital langsung ke konsumen (*Direct-to-Consumer*) di wilayah perkotaan yang mengutamakan kepraktisan, sehingga mampu memangkas rantai tata niaga tradisional dan menyerap seluruh nilai tambah ekonomi secara utuh.

Adapun saran yang dapat direkomendasikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah: Bagi pelaku usaha disarankan meningkatkan inovasi varian rasa bumbu secara berkala serta memperluas sertifikasi keamanan pangan resmi (seperti sertifikat Halal dan izin P-IRT) guna

meningkatkan kepercayaan pasar modern yang lebih luas. Bagi pemerintah dan kelembagaan diharapkan memberikan dukungan fasilitasi berupa pelatihan manajemen keuangan agribisnis, bantuan teknologi pengemasan bagi kelompok tani sejenis, serta pendampingan adopsi pemasaran digital terintegrasi agar produk hilir perikanan lokal memiliki daya saing yang berkelanjutan di era pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R., Wibowo, T. A., & Untari, D. S. (2021). Tingkat penerimaan masyarakat di Kecamatan Kotabumi Selatan terhadap ikan lele (*Clarias* sp) dengan metode pembesaran yang berbeda. *OpenScience and Technology*, 1(1), 114–120. <https://doi.org/10.33292/ost.v1i1.7>
- Apriandi, A., Noor, T. I., & Kurnia, R. (2025). Analisis efisiensi pemasaran ikan nila (*Oreochromis niloticus*) di Desa Sindangherang Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 12(1), 185–196. <https://doi.org/10.25157/jimag.v12i1.13204>
- Arida, R. W., Sholihin, U., & Maulana, J. I. (2025). Evaluasi margin pemasaran ikan hias melalui saluran pemasaran dan media sosial. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.37531/seiko.v8i1.7321>
- Efendi, J., & Fahrudin, F. (2025). Analisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan ekonomi keluarga (Usaha budi daya ikan lele) di Desa Sukodadi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 742–748. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2059>
- Gumelar, W. S., Nuraini, C., & Sumarsih, E. (2025). Analisis saluran dan efisiensi pemasaran ikan lele dumbo. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 13(2), 499–512. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v13i2.812>
- Khair, M., Ramadhani, A., Soleha, H., Siambaton, R. R., Faqih, F., Kiamuddin, M., Haryani, D., Nurasmis, I., Redi, H. M., & Agusdin. (2025). Strategi peningkatan nilai tambah dan pemasaran produk hasil olahan ikan air tawar di Desa Bunkate Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Wicara Desa*, 3(3), 399–406. <https://doi.org/10.29303/wicara.v3i3.6754>
- Leonardi, A., Sjafri, A. V., Saleh, A., & Fatchiya, A. (2024). Analisis pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) digital untuk pemasaran ikan skala mikro: Systematic literature review. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 37–56. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6912>
- Paramita, B., Mujahidin, M., & Randa, F. (2025). Diversifikasi produk olahan perikanan untuk meningkatkan kesejahteraan ibu-ibu nelayan KUBE Rezeki di pesisir Bintan. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4), 937–950. <https://doi.org/10.59025/jsi.v4i4.214>
- Ramadhani, M. I., Zuniana, Q., & Kurniawan, D. (2025). Analisis pendapatan dan strategi pengembangan budidaya pembesaran ikan lele (*Clarias* sp.) konsumsi di Desa Patemon, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember. *Jurnal KUBIS (Jurnal Kumpulan Artikel Agribisnis)*, 8(1), 106–121. <https://doi.org/10.32528/kubis.v8i1.1204>
- Tiyas, F. C., & Rahman, A. (2025). Analisis strategi pemasaran usaha budidaya ikan lele dalam upaya meningkatkan kesejahteraan (Maqashid Syariah khususnya hifdzul al mal). *JIEMBI: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 52–58. <https://doi.org/10.30787/jiemb.v3i2.2006>
- Winahyu, P., Mufarida, N. A., & Umilasari, R. (2025). Strategi pengembangan budidaya ikan lele melalui usaha aneka olah-olah khas olahan ikan lele siap saji sebagai brand keunikan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 3547–3554. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i4.32218>

