



ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK KERUPUK IKAN PADA USAHA CIEPOERINDO GROUP DI KABUPATEN CILACAP

ANALYSIS OF FISH CRACKERS PRODUCT DEVELOPMENT IN CIEPOERINDO GROUP BUSINESS IN CILACAP DISTRICT

Junianto¹, Elviana Dian Mustika Sari^{2*}, Adinda Tri Harlina³, Farhan Eka Prasetya⁴

¹Departemen Perikanan, Universitas Padjadjaran

^{2,3,4}Perikanan Laut Tropis, Universitas Padjadjaran

*Email Koresponden: elviana21001@mail.unpad.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 26-09-2024

Revised : 29-09-2024

Accepted : 01-10-2024

Published : 04-10-2024

Abstract

Product development is the key to business sustainability in the face of increasingly fierce competition. Through product development, businesses can expand the market both conventionally and modernly. Cipoerindo Group is one of the fish cracker manufacturers that conducts product development to increase the value of its products. The purpose of this study is to analyze and evaluate the product development that has been carried out by the Cipoerindo Group cracker industry. The method used is the survey method by conducting a case study. The results obtained show that Cipoerindo Group has developed its products, namely the development of raw materials, production equipment, product form and packaging, and product marketing techniques. All developments are based on the ideas of business owners by looking at consumer needs.

Keywords : ideas, profit, consumers, fisheries

Abstrak

Pengembangan produk menjadi kunci keberlangsungan usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Melalui pengembangan produk usaha dapat memperluas pasar baik secara konvensional maupun modern. Cipoerindo Group merupakan salah satu produsen kerupuk ikan yang melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan nilai pada produknya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengembangan produk yang telah dilakukan oleh industri kerupuk Cipoerindo Group. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan cara melakukan studi kasus. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Cipoerindo Group telah melakukan pengembangan pada produknya yaitu pengembangan pada bahan baku, alat produksi, bentuk dan kemasan produk, serta teknik pemasaran produk. Semua pengembangan dilakukan berdasarkan ide pemilik usaha dengan melihat kebutuhan konsumen.

Kata Kunci : ide, keuntungan, konsumen, perikanan

PENDAHULUAN

Keberhasilan dalam dunia bisnis tidak bisa lepas dari adanya persaingan atau kompetisi produk. Kunci utama untuk dapat bersaing yaitu kemampuan usaha untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Hal ini memerlukan ide kreatif dan inovasi produk usaha yang ditujukan untuk menarik minat pelanggan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen melalui produk berkualitas



(Hananto *et al.* 2024). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi, mengembangkan produk baru, serta memperluas pangsa pasar mereka. Keberhasilan dalam pengembangan produk baru seringkali ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam berinovasi secara berkelanjutan dan memahami kebutuhan konsumen.

Cilacap adalah kabupaten yang terletak di Jawa Tengah dengan produk unggulan sekaligus ciri khas yakni kerupuk ikan yang menjadi cemilan serta makanan pendamping nasi. Ciepoerindo Group merupakan salah satu produsen kerupuk ikan di desa wisata Jetis, Kecamatan Nusawungu, Kabupaten Cilacap yang dijadikan tempat oleh-oleh buah tangan dari Pantai Selatan (Luthfiani dan Intyas, 2023). Kerupuk ikan Ciepoerindo Group telah berdiri sekitar 14 tahun lamanya. Di tengah persaingan dan kemunculan produsen kerupuk ikan baru, Ciepoerindo Group selalu berprogres dan melakukan pengembangan pada produknya sehingga dapat bertahan hingga sekarang. Tingginya minat beli konsumen membuat produsen kerupuk ikan terus melakukan pengembangan (Iswahyuni, 2023).

. Kerupuk ikan adalah makanan kering yang terbuat dari tepung terigu dengan penambahan daging ikan dan bahan lain yang diperbolehkan. Kerupuk ikan dikenal sebagai makanan ringan dan pelengkap yang banyak digemari karena rasanya yang enak dan gurih (Tarantang *et al.*, 2023). Untuk mendapatkan kerupuk ikan yang disukai pasar Ciepoerindo Group harus memperhatikan cita rasa, aroma, warna dan nilai gizi atau protein. Hal tersebut bisa didapatkan dengan pengaturan persentase daging ikan yang ditambahkan serta proses lainnya (Ghazali *et al.*, 2021). Kerupuk ikan matang memiliki daya tahan hingga kurang lebih 3 minggu, setelah itu produk dapat dikatakan memasuki masa *expired* dan berubah dari segi rasa, warna, maupun aroma.

Pengembangan produk dapat menjadi solusi untuk mengatasi dan memperpanjang daya simpan sehingga produk lebih awet, terjaga, dan tidak mudah tengik serta formulasi kerupuk ikan yang digemari konsumen (Ernawati *et al.*, 2024; Rosida *et al.*, 2020). Selain itu kerupuk ikan juga perlu dilakukan pengembangan sebagai langkah menjawab permintaan konsumen yang menginginkan produk yang bervariasi (Nailuvary *et al.*, 2020). Pengembangan tersebut dapat dilakukan dari aspek teknologi, pengolahan, pengemasan, maupun pemasarannya. Pengembangan ide yang inovatif dan kreatif dapat memunculkan keunggulan dari keunikan produk sehingga berpeluang untuk meningkatkan daya beli konsumen (Imani *et al.*, 2022). Pengembangan produk perikanan bermanfaat sebagai salah satu diversifikasi produk olahan perikanan untuk pemenuhan gizi protein hewani bagi masyarakat. Melalui pendekatan studi kasus, tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengembangan produk kerupuk ikan yang telah dilakukan oleh usaha kerupuk Ciepoerindo Group di Desa Jetis, Kecamatan Nusawungu, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2024 di Desa Jetis, Kecamatan Nusawungu, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Metode yang digunakan adalah survei dengan cara melakukan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap berbagai kegiatan dan kondisi di



rumah usaha Ciepoerindo Group serta kondisi pasar kerupuk ikan yang ada di Pangandaran dan Cilacap, sedangkan wawancara adalah pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab bersama pemilik usaha Ciepoerindo Group. Data yang diperoleh berupa data primer yang kemudian akan dianalisis secara deskriptif untuk menganalisis pengembangan produk yang telah dilakukan oleh industri kerupuk Ciepoerindo Group.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan produk (*development product*) merupakan suatu upaya untuk meningkatkan nilai pada sebuah produk dari sisi manfaat, desain, teknologi, proses, dan aspek lainnya yang dapat menambah nilai dari produk tersebut (Junianto *et al.*, 2024). Pengembangan produk perlu perencanaan dan dilakukan dikarenakan setiap produk memiliki siklus atau umur (*life cycle*) masing-masing. Dalam pengembangan produk, perusahaan dapat meluncurkan produk baru sebelum produk lama mengalami fase kemunduran (*decline*). Produk dapat dikembangkan melalui analisis dan persepsi pasar, produksi, penjualan, dan distribusi serta pemasaran produk (Prabowo dan Zoelangga, 2019).

Profil Usaha

Usaha dagang Ciepoerindo Group merupakan usaha keluarga yang bergerak dalam bidang industri pengolahan ikan yang berdiri sejak tahun 2010. Ciepoerindo Group didirikan karena melihat adanya potensi lokal hasil perikanan yang dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Hal tersebut membuka peluang untuk mendirikan bisnis baru. Bermodalkan pengalaman kerja dalam pembuatan kerupuk yang sebelumnya telah dimiliki, Ciepoerindo Group telah membuat inovasi baru dalam produk kerupuk selama merintis bisnis ini. Berlokasi di Desa Jetis Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap, usaha ini menjual kerupuk ikan matang dan mentah. Saat ini Ciepoerindo Group telah memiliki PIRT serta sertifikasi halal yang menjadikannya memiliki izin edar produk yang lebih luas.

Proses produksi Ciepoerindo Group dilakukan oleh Bapak Saiman dan keluarganya serta beberapa orang karyawan yang memiliki tugas mulai dari persiapan bahan, pengolahan, pengemasan serta pemasaran. Proses pengolahan kerupuk ikan dilakukan secara semi-tradisional dengan bantuan mesin produksi. Meskipun demikian, kerupuk ikan Ciepoerindo Group sudah mampu mencapai pasar nasional melalui pengembangan dan penciptaan produk unggulan yang beraneka ragam untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen.

Ide pengembangan produk Ciepoerindo Group berawal dari inisiatif *owner* pribadi yang didasarkan pada analisis dan survey pasar, identifikasi peluang, serta kebutuhan dan selera konsumen. Dengan pendekatan ini tercipta produk kerupuk ikan yang inovatif, relevan, tepat sasaran, atau sesuai preferensi konsumen. Melalui pemahaman yang baik tentang apa yang diinginkan pasar, Ciepoerindo Group dapat menghasilkan produk kerupuk ikan yang tidak hanya enak dan menarik namun juga berpotensi laris di pasaran. Produk kerupuk ikan Ciepoerindo Group



telah mengalami berbagai perkembangan baik dari segi bahan baku, teknologi, bentuk, kemasan, dan teknik pemasaran.

Pengembangan Bahan Baku

Jenis kerupuk ikan yang diproduksi Ciepoerindo Group yaitu kerupuk ikan yang berbahan dasar ikan laut. Pemilihan bahan baku ikan laut ini didasarkan pada letak geografisnya yang dekat dengan pantai sehingga memiliki sumberdaya ikan laut yang melimpah (Astoro *et al.*, 2023). Disamping itu, alasan pemilihan bahan dasar ini yaitu aroma serta rasa dari ikan laut yang lebih khas. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Yuniarti *et al.*, (2022), yaitu penggunaan jenis ikan laut memiliki nilai sensori yang lebih tinggi daripada ikan jenis yang lainnya.

Awalnya ikan yang digunakan sebagai bahan baku adalah ikan ekor kuning. Seiring berjalannya waktu, bahan baku ini ditambahkan menjadi berbagai jenis ikan yang sedang musim. Tujuannya yaitu supaya ketersediaan bahan baku selalu mencukupi permintaan sehingga harus bisa fleksibel dengan kondisi di alam. Tersedianya bahan baku berpengaruh terhadap kelancaran produksi dalam menciptakan produk (Noerieana *et al.*, 2021).

Pengembangan Alat Produksi

Proses produksi yang baik akan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia seperti tenaga kerja, bahan baku, mesin, dan peralatan, guna mencapai efisiensi dan produktivitas yang tinggi (Meranti dan Rosyidi, 2023). Ciepoerindo Group telah mengembangkan berbagai alat di dalam proses produksi. Hal tersebut dilihat dalam alat pemotong kerupuk. Saat awal usaha dirintis, proses pemotongan kerupuk dilakukan secara manual menggunakan pisau. Saat ini telah digunakan mesin pemotong yang bekerja secara otomatis. Selain meningkatkan efisiensi dan produktivitas, peralihan alat ini menjadikan bentuk kerupuk lebih seragam dalam ukuran maupun ketebalan.

Pengembangan alat produksi menjadi faktor pendorong untuk meningkatkan minat pasar. Pasar selalu menginginkan hasil produk dengan bentuk dan ukuran yang relatif sama, sehingga penggunaan mesin perajang atau pengiris dapat memberikan hasil yang lebih baik serta efektif (Hartadi *et al.*, 2020). Mesin pemotong manual hanya akan menghasilkan kerupuk ikan dengan bentuk dan ukuran yang tidak konsisten bergantung dengan keterampilan, keahlian serta kecepatan tangan masing-masing karyawan. Selain itu, ukuran ketebalan kerupuk ikan akan berpengaruh terhadap lama pengeringan dan daya simpan kerupuk serta kerenyahan saat digoreng. Kerenyahan dipengaruhi oleh kadar amilopektin dan ketebalan kerupuk saat dipotong. Standar ketebalan kerupuk ikan yang dianjurkan adalah 2-3 mm (Fuad *et al.*, 2020).



Pengembangan Bentuk Produk



Gambar 1. Kerupuk Ikan berbentuk Pipih

Variasi pada produk yang dihasilkan Ciepoerindo Group dapat dilihat dari rasa dan bentuknya. Pada awalnya, Ciepoerindo Group hanya memproduksi dua jenis kerupuk ikan seperti pada (Gambar 1). Kedua kerupuk ikan ini memiliki kenampakan yang sama namun memiliki variasi yang berbeda, yaitu rasa original dan rasa bawang. Saat ini, sudah di produksi kerupuk ikan yang memiliki bentuk bulat serta tekstur yang lebih lembut (Gambar 2). Tujuan pengembangan dari produk ini yaitu untuk mengefisienkan waktu dalam proses produksi. Dalam pembuatan kerupuk yang berbentuk bulat ini memiliki waktu produksi yang lebih cepat daripada yang berbentuk pipih seperti sebelumnya. Selain itu juga untuk mencegah konsumen merasa bosan pada kerupuk ikan tersebut. Variasi produk dapat memberikan penawaran keberagaman produk untuk konsumen yang mulai timbul rasa bosan pada sesuatu yang telah lama dikonsumsi (Pinontoan, 2019). Pengembangan ini sesuai dengan Arohman *et al.* (2019), bahwa salah satu tujuan dari dilakukannya pengembangan produk yaitu untuk mencegah kebosanan konsumen.



Gambar 2. Kerupuk Ikan berbentuk Bulat



Pengembangan Kemasan Produk

Pengembangan produk yang juga sudah dilakukan oleh Ciepoerindo Group yaitu jenis dan ukuran kemasan. Seperti yang dijelaskan oleh Husniar *et al.* (2023), salah satu jenis pengembangan produk yang dapat dilakukan yaitu dengan modifikasi kemasan supaya dapat bersaing dengan produk dari pesaingnya. Pada awalnya, kerupuk ikan dibuat dalam kemasan plastik kecil untuk dijual ecer dengan harga 1.000/pcs. Saat ini kemasan produk dibuat lebih besar untuk dijual dengan harga 10.000/pcs. Jenis plastik yang digunakan juga telah diganti dengan plastik yang lebih tebal untuk meningkatkan umur simpan produk serta mencegah kerusakan yang mungkin terjadi pada proses distribusi. Penggunaan kemasan dengan ukuran kecil dinilai tidak efisien dan tidak membangkitkan minat lokal serta dianggap tidak sehat. Kemasan yang tepat dari produk apa pun akan meningkatkan nilainya (Badri *et al.*, 2022).

Pengembangan Teknik Pemasaran Produk

Pemasaran memiliki peran penting untuk membuat produk dikenal oleh pasar. Pemasaran yang kurang akan menjadikan konsumen tidak akan mengetahui tentang produk yang dijual (Husniar *et al.*, 2023). Kerupuk ikan Ciepoerindo Group dipasarkan melalui toko oleh-oleh, swalayan, bazar hingga supermarket yang memiliki jangkauan lebih besar. Dengan mengikuti perkembangan zaman, saat ini Ciepoerindo Group sudah mulai memasarkan produknya melalui *e-commerce* seperti shopee. Selain itu, promosi online juga sudah dilakukan melalui unggahan postingan di instagram, facebook, tiktok. Pengembangan pemasaran secara online terbukti dapat meningkatkan daya saing usaha melalui banyaknya produk yang terjual melalui media tersebut (Husniar *et al.*, 2023).

KESIMPULAN

Ciepoerindo Group telah melakukan berbagai upaya pengembangan untuk meningkatkan produksi dan daya saing kerupuk ikan. Dengan memilih bahan baku ikan laut yang berkualitas dan fleksibel, perusahaan dapat memastikan ketersediaan produk. Pengembangan alat produksi, seperti mesin pemotong otomatis, telah meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk. Variasi bentuk dan rasa kerupuk ikan juga diterapkan untuk menarik minat konsumen dan mengurangi kebosanan. Selain itu, inovasi dalam kemasan yang lebih besar dan kuat serta penerapan teknik pemasaran yang modern, termasuk *e-commerce* dan promosi di media sosial, telah memperluas jangkauan pasar. Semua langkah ini dapat meningkatkan produktivitas, kualitas, dan daya saing produk di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Ciepoerindo Group yang bersedia menjadi narasumber yang memberikan wawasan berharga dan pengetahuan tentang industri kerupuk ikan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arohman, Kohar, & Purwanto. (2019). Pelaksanaan Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung Lampung Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10(1), 1–10.
- Astoro, D. A., Badriah, L. S., & Binardjo, G. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ikan Laut di Desa Jetis, Kecamatan Nusawungu, Kabupaten Cilacap. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 14.
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. 2022. Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347-353.
- Ernawati, L., Swandari, M. T. K., Noegroho, A., Distiani, S., Raihan, M., & Cahyani, V. (2024). Profil Pemilik UMKM Di Kawasan Minapolitan Cilacap Menggunakan Model Sparadley. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 5624-5634.
- Fuad, M. A. Z., Iranawati, F., Kartikaningsih, H., & Rosalina, K. (2020). Peningkatan Produksi dan Kualitas Produk Unggulan Kerupuk Ikan Desa Pangkahkulon Kecamatan Ujung Pangkah-Gresik Jawa Timur. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 203-209.
- Ghazali, M., Rabbani, R., Sari, M., Rohman, M. H., Nasiruddin, M. H., Suherman, S., & Nurhayati, N. (2021). Pelatihan pengolahan kerupuk ikan di desa ekas buana kecamatan jerowaru kabupaten lombok timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(2).
- Hartadi, B., Herlina, F., & Royani, A. (2020). Perancangan Mesin Otomatis Pemotong Kerupuk Ikan Haruan. *Al Jazari: Jurnal Ilmiah Teknik Mesin*, 5(1).
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 22–34.
- Imani, M. F., Fikri, M. K., & Filzah, A. (2022). Pengaruh kreatif, inovasi dan strategi pemasaran terhadap peningkatan daya beli konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(1), 117-138.
- Iswahyuni, A. D. (2023). Analisis Ergonomi di Lingkungan Kerja Industri Rumah Tangga Kerupuk Ikan Tenggiri Agung Rasa di Cilacap. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Teknik*, 2(2), 172-178.
- Junianto, J., Fauzan, F., Hafel, A. P. K., Husnandina, F. A., Hakim, A., Almunadiya, S., ... & Zakiy, M. L. A. (2023). Artikel Review, Pengembangan Produk Wadi. *Jurnal Ilmu Kelautan Kepulauan*, 6(2).
- Junianto, J., Star, B. M. M. R. R., Siringoringo, O., Purnama, A. F., Nurardiansyah, I., Apda, F. V., ... & Nugraha, Z. F. A. (2024). Pengembangan Produk Udang Kaleng: Canned Shrimp Product Development. *JFMR (Journal of Fisheries and Marine Research)*, 8(2), 66-74.
- Luthfiani, A. S. L., & Intyas, C. A. (2023). Analisis Profitabilitas Usaha Kerupuk Ikan Tenggiri Pada Sentra Oleh-Oleh Perikanan di Usaha Mikro Kecil Menengah Ciepoerindo Kabupaten Cilacap. *JECE-Journal of Empowerment Community and Education*, 3(4).



- Meranti, I. D. I., & Rosyidi, L. H. (2023). Analisis Manajemen Produksi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Economic Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 14(2), 133–145.
- Nailuvary, S., Ani, H. M., & Sukidin, S. (2020). Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 185-193.
- Noerieana, S. Z., Sasongko, & Karyadi, H. (2021). Implementasi Pengendalian Bahan Baku Produk Olahan Ikan Pada Usaha Dagang Permata Indah Situbondo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 40–50.
- Prabowo, R., & Zoelangga, M. I. (2019). Pengembangan Produk Power Charger Portable dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 8(1), 55-62.
- Rosida, D. F., Syehan, B., Happyanto, D. C., Anggraeni, F. T., & Hapsari, N. (2020). Keripik Salak Vacuum Frying Sebagai Alternatif Pengembangan Produk Inovatif Di Daerah Agroklimat Bangkalan Madura. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 4(1), 23-30.
- Tarantang, J., Raysad, A., Mutakarima, A., Ulpah, A., Sapitri, B., EP, D. C., ... & Marlina, S. (2023). Pelatihan Pengolahan Kerupuk Ikan Haruan (Gabus) Pada Masyarakat Desa Lembeng Barito Selatan. *Abdimas Galuh*, 5(1), 79-89.
- Yuniarti, T., Hartono, D., Asriani, A., & Amrizal, S. N. (2022). Karakteristik Kerupuk Ikan Dari Bahan Baku Yang Berbeda Di Ud. Es Jaya Juwana, Pati-Jawa Tengah. *Marinade*, 5(01), 45–53.