



Peran Umkm Pengolahan Lele dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional

(Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Ngadiluwih)

Ika Nurfitriani^{1*}, Muhammad Fahmi Sholihudin²

¹⁻²Ekonomi Syariah, Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, Indonesia

Email: ikafitriqunarsih@gmail.com¹, haidarali9986@gmail.com²

*Penulis Korespondensi: ikafitriqunarsih@gmail.com

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting national economic growth by creating employment opportunities, increasing community income, and generating product value-added. However, catfish-processing MSMEs continue to face several challenges, including limited access to capital, fluctuations in raw material supply, low levels of innovation, and the underutilization of production technology and digital marketing. This study aims to analyze the role of catfish-processing MSMEs in creating product value-added, improving community welfare, and identifying business development strategies that support national economic growth. This study employed a qualitative approach with a case study design conducted at catfish-processing MSMEs in Ngadiluwih District, Kediri Regency, Indonesia. Ten informants were selected using purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, consisting of data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The findings indicate that catfish-processing MSMEs enhance product value-added through product diversification, production process innovation, and improved packaging, thereby increasing product competitiveness and market value. Furthermore, these enterprises contribute to community welfare by generating employment, increasing household income, and strengthening local economic activities. Effective development strategies include strengthening supply chain partnerships, expanding access to financing, modernizing production technology, and implementing digital marketing. These findings demonstrate that strengthening the capacity of catfish-processing MSMEs can enhance business competitiveness while reinforcing their contribution to sustainable national economic growth.*

Keywords: *Catfish Processing; Community Economic Empowerment; MSMEs; National Economic Growth; Value Added.*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penciptaan nilai tambah produk. Namun, UMKM pengolahan lele masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan permodalan, fluktuasi bahan baku, rendahnya inovasi, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran UMKM pengolahan lele dalam menciptakan nilai tambah produk, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mengidentifikasi strategi pengembangan usaha yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus pada UMKM pengolahan lele di Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. Informan penelitian berjumlah sepuluh orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM pengolahan lele mampu meningkatkan nilai tambah melalui diversifikasi produk, inovasi proses produksi, dan pengemasan yang lebih berkualitas sehingga meningkatkan daya saing produk. Selain itu, UMKM berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan ekonomi lokal. Strategi pengembangan yang efektif meliputi penguatan kemitraan rantai pasok, perluasan akses pembiayaan, modernisasi teknologi produksi, serta digitalisasi pemasaran. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas UMKM pengolahan lele dapat meningkatkan daya saing usaha sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Nilai Tambah; Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat; Pengolahan Lele; Pertumbuhan Ekonomi Nasional; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Peran strategis tersebut tercermin dari kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi tingkat kemiskinan, serta memperkuat struktur ekonomi nasional melalui aktivitas produksi yang tersebar hingga ke wilayah pedesaan. Selain menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, UMKM juga berkontribusi terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), sehingga keberadaannya menjadi instrumen penting dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024; Tambunan, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya berdampak pada peningkatan kesejahteraan pelaku usaha, tetapi juga memiliki implikasi terhadap pembangunan ekonomi nasional secara lebih luas. Salah satu subsektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah UMKM berbasis agroindustri perikanan, khususnya pengolahan ikan lele. Indonesia merupakan salah satu negara dengan produksi ikan lele yang tinggi, sehingga komoditas ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan bernilai tambah. Pengolahan ikan lele menjadi abon, nugget, bakso, keripik, sempol, maupun produk pangan lainnya mampu meningkatkan nilai ekonomi dibandingkan penjualan ikan segar.

Selain memperpanjang umur simpan produk, diversifikasi tersebut juga meningkatkan daya saing usaha, memperluas pangsa pasar, serta memberikan peluang peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar (Hayami et al., 1987; Porter, 1985). Oleh karena itu, pengembangan UMKM pengolahan lele menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong industrialisasi berbasis sumber daya lokal sekaligus memperkuat pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM pengolahan lele masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi kontribusinya terhadap perekonomian. Beberapa kendala utama meliputi keterbatasan akses permodalan, fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku, rendahnya inovasi produk, keterbatasan pemanfaatan teknologi produksi, lemahnya kemampuan pemasaran digital, serta belum optimalnya penerapan branding dan standarisasi produk. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing produk UMKM relatif rendah sehingga peluang untuk memperluas pasar nasional maupun internasional belum dapat dimanfaatkan secara maksimal (Purwanto et al., 2021; OECD, 2023). Akibatnya, nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan komoditas lokal belum memberikan kontribusi yang optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat maupun pertumbuhan ekonomi.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi. Penelitian Ayyagari, Demirgüç-Kunt, dan Maksimovic (2011) menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi di negara berkembang. Tambunan (2022) juga menjelaskan bahwa UMKM merupakan sektor ekonomi yang mampu meningkatkan ketahanan ekonomi nasional melalui pemanfaatan sumber daya lokal dan penciptaan nilai tambah. Penelitian lain lebih banyak membahas pengembangan UMKM dari aspek akses pembiayaan, digitalisasi pemasaran, inovasi produk, maupun daya saing usaha (Purwanto et al., 2021; OECD, 2023). Sementara itu, penelitian mengenai agroindustri perikanan umumnya berfokus pada analisis nilai tambah produk atau efisiensi usaha tanpa menghubungkannya secara komprehensif dengan pemberdayaan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan telaah penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*). Pertama, sebagian besar penelitian menganalisis UMKM secara umum tanpa memberikan perhatian khusus pada UMKM pengolahan lele sebagai subsektor agroindustri yang memiliki karakteristik dan potensi ekonomi berbeda. Kedua, penelitian terdahulu cenderung membahas nilai tambah produk, pemberdayaan ekonomi masyarakat, atau strategi pengembangan usaha secara parsial, sehingga belum mengintegrasikan ketiga aspek tersebut dalam satu kerangka analisis yang menjelaskan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Ketiga, masih terbatas penelitian yang menggunakan pendekatan studi kasus pada sentra UMKM pengolahan lele di Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, sebagai wilayah yang memiliki potensi budidaya dan pengolahan lele yang berkembang. Dengan demikian, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan hubungan antara penciptaan nilai tambah produk, peningkatan kesejahteraan masyarakat, strategi pengembangan UMKM, dan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional secara terpadu. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada penyusunan model analisis yang mengintegrasikan tiga dimensi utama, yaitu penciptaan nilai tambah produk, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan strategi pengembangan UMKM pengolahan lele dalam menjelaskan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menitikberatkan pada aspek ekonomi mikro atau pengembangan usaha, penelitian ini memandang UMKM pengolahan lele sebagai instrumen pembangunan ekonomi lokal yang memiliki efek berganda (*multiplier effect*) terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja, dan penguatan ekonomi nasional. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus pada UMKM pengolahan lele di Kecamatan Ngadiluwih sehingga mampu menghasilkan gambaran empiris mengenai praktik pengembangan usaha

berbasis potensi lokal yang adaptif dan berkelanjutan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran UMKM pengolahan lele dalam menciptakan nilai tambah produk, mengidentifikasi kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang mampu meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian UMKM berbasis agroindustri sekaligus menjadi rekomendasi praktis bagi pemerintah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian di berbagai negara berkembang karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, UMKM mendominasi struktur dunia usaha dan menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, sehingga memiliki peran strategis dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024; Tambunan, 2022). Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi tidak hanya ditentukan oleh perusahaan berskala besar, tetapi juga oleh kemampuan UMKM dalam mengoptimalkan potensi ekonomi lokal. Secara konseptual, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif dengan skala aset, omzet, dan tenaga kerja tertentu sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023.

Namun, dalam perspektif ekonomi pembangunan, pengelompokan UMKM tidak cukup dipahami berdasarkan ukuran usaha semata. Tambunan (2022) menekankan bahwa kekuatan utama UMKM terletak pada fleksibilitas, pemanfaatan sumber daya lokal, serta kemampuannya menciptakan kesempatan kerja. Pandangan tersebut diperkuat oleh OECD (2023) yang menyatakan bahwa fleksibilitas organisasi memungkinkan UMKM lebih adaptif terhadap perubahan pasar dibandingkan perusahaan besar. Meskipun demikian, kemampuan beradaptasi tersebut sering kali belum diikuti oleh kapasitas inovasi, penguasaan teknologi, dan akses pembiayaan yang memadai sehingga daya saing UMKM masih relatif rendah. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga oleh dukungan ekosistem usaha. Akses terhadap pembiayaan, adopsi teknologi digital, kualitas sumber daya manusia, kemitraan usaha, dan kebijakan pemerintah merupakan faktor yang menentukan keberlanjutan UMKM (OECD, 2023; Kementerian

Koperasi dan UKM, 2024). Dengan demikian, pengembangan UMKM perlu dipandang sebagai strategi pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas internal pelaku usaha dengan penguatan dukungan kelembagaan. Dalam penelitian ini, UMKM diposisikan bukan hanya sebagai unit ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa, tetapi sebagai agen pembangunan lokal yang mampu menciptakan nilai tambah, memperluas kesempatan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi sumber daya lokal. Perspektif tersebut menjadi dasar untuk menjelaskan kontribusi UMKM pengolahan lele terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Nilai Tambah Produk

Nilai tambah (*value added*) merupakan konsep penting dalam ekonomi produksi yang menjelaskan peningkatan nilai ekonomi suatu komoditas setelah melalui proses pengolahan. Hayami et al. (1987) mendefinisikan nilai tambah sebagai selisih antara nilai output yang dihasilkan dengan biaya input yang digunakan selama proses produksi. Definisi tersebut menekankan bahwa pengolahan merupakan mekanisme utama dalam meningkatkan nilai ekonomi suatu produk. Namun, perkembangan lingkungan bisnis menunjukkan bahwa nilai tambah tidak lagi hanya ditentukan oleh proses produksi, melainkan juga oleh kemampuan usaha menciptakan diferensiasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Pandangan tersebut diperluas oleh Porter (1985) melalui konsep value chain yang menjelaskan bahwa penciptaan nilai berlangsung pada seluruh aktivitas perusahaan, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pemasaran, distribusi, hingga pelayanan kepada konsumen.

Dengan demikian, keunggulan kompetitif tidak hanya bergantung pada efisiensi produksi, tetapi juga pada kemampuan mengelola rantai nilai secara terintegrasi. Perspektif ini menjadi semakin relevan bagi UMKM yang menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dalam konteks UMKM, penciptaan nilai tambah diwujudkan melalui diversifikasi produk, inovasi proses produksi, peningkatan kualitas, pengemasan yang menarik, pembangunan merek, serta pemanfaatan pemasaran digital (Kotler & Keller, 2022). Strategi tersebut tidak hanya meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga memperluas akses pasar dan memperkuat keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, nilai tambah perlu dipahami sebagai hasil integrasi antara inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan bisnis yang efektif, bukan semata-mata sebagai selisih nilai ekonomi antara input dan output. Pada agroindustri pengolahan lele, penciptaan nilai tambah menjadi aspek yang sangat penting mengingat ikan lele merupakan komoditas yang mudah mengalami penurunan mutu. Transformasi ikan segar menjadi berbagai produk olahan, seperti abon, nugget, bakso, keripik, dan sempol, tidak hanya meningkatkan nilai jual, tetapi juga memperpanjang umur simpan, memperluas segmentasi

pasar, dan meningkatkan daya saing usaha (Hayami et al., 1987). Dengan demikian, nilai tambah dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan UMKM mengoptimalkan potensi komoditas lokal melalui inovasi produk dan pengelolaan rantai nilai sehingga menghasilkan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi pelaku usaha maupun masyarakat.

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan pendekatan pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam meningkatkan kapasitas ekonomi dan kesejahteraannya. Berbeda dengan pendekatan yang berorientasi pada bantuan, pemberdayaan menekankan penguatan kemampuan individu dan kelompok melalui peningkatan akses terhadap sumber daya, pengembangan keterampilan, perluasan peluang usaha, serta penguatan kelembagaan ekonomi (Chambers, 2021). Dengan demikian, keberhasilan pemberdayaan tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari meningkatnya kapasitas masyarakat untuk mengelola dan mengembangkan aktivitas ekonomi secara mandiri. Perspektif tersebut diperkuat oleh Ife dan Tesoriero (2022) yang menjelaskan bahwa pemberdayaan merupakan proses pengembangan kapasitas yang memungkinkan masyarakat memperoleh akses terhadap informasi, modal, teknologi, dan jaringan usaha. Dalam konteks ini, masyarakat dipandang sebagai subjek pembangunan yang mampu menentukan pilihan ekonomi dan menciptakan keberlanjutan usaha.

Oleh karena itu, pemberdayaan tidak hanya menghasilkan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat modal sosial, partisipasi masyarakat, dan ketahanan ekonomi lokal. Pengembangan UMKM merupakan salah satu instrumen strategis dalam mewujudkan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan rumah tangga, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya lokal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Namun, dampak pemberdayaan yang dihasilkan tidak hanya ditentukan oleh jumlah usaha yang berkembang, melainkan juga oleh kemampuan UMKM menciptakan nilai tambah, memperluas akses pasar, dan meningkatkan produktivitas masyarakat yang terlibat dalam rantai produksinya. Dalam konteks UMKM pengolahan lele, pemberdayaan ekonomi diwujudkan melalui keterlibatan masyarakat dalam aktivitas budidaya, pengolahan, pengemasan, distribusi, hingga pemasaran produk. Aktivitas tersebut menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan keterampilan, serta memperluas sumber pendapatan rumah tangga. Selain memberikan manfaat langsung kepada pelaku usaha, berkembangnya UMKM pengolahan lele juga mendorong tumbuhnya kegiatan ekonomi pendukung sehingga menghasilkan multiplier effect bagi perekonomian lokal. Oleh karena itu, penelitian ini memandang pemberdayaan ekonomi

sebagai hasil dari kemampuan UMKM menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, memperkuat kapasitas masyarakat, dan mengoptimalkan potensi ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Pertumbuhan Ekonomi Nasional

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator utama yang menggambarkan peningkatan kapasitas suatu negara dalam menghasilkan barang dan jasa selama periode tertentu, yang umumnya diukur melalui pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) (Mankiw, 2021). Namun, perkembangan teori pembangunan menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak lagi dipahami hanya sebagai peningkatan output, tetapi juga sebagai proses yang mampu menciptakan produktivitas, kesempatan kerja, dan pemerataan kesejahteraan secara berkelanjutan (Todaro & Smith, 2022). Dengan demikian, kualitas pertumbuhan menjadi aspek yang sama pentingnya dengan besarnya pertumbuhan ekonomi itu sendiri. Dalam konteks negara berkembang, peran UMKM semakin strategis karena menjadi sektor yang mendominasi aktivitas ekonomi masyarakat. Kontribusi UMKM terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan pembangunan menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak hanya didorong oleh industri besar, tetapi juga oleh berkembangnya usaha berbasis potensi lokal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Perspektif ini menegaskan bahwa penguatan UMKM merupakan bagian penting dari strategi pembangunan ekonomi yang inklusif.

Hubungan antara UMKM dan pertumbuhan ekonomi dapat dijelaskan melalui mekanisme penciptaan nilai tambah, peningkatan produktivitas, serta perluasan kesempatan kerja. Ketika UMKM mengolah sumber daya lokal menjadi produk bernilai ekonomi lebih tinggi, terjadi peningkatan output sektor riil yang berkontribusi terhadap pembentukan PDB. Di sisi lain, meningkatnya aktivitas produksi mendorong bertambahnya pendapatan masyarakat sehingga memperkuat konsumsi rumah tangga sebagai salah satu komponen utama pertumbuhan ekonomi (Todaro & Smith, 2022). Oleh karena itu, pengembangan UMKM memberikan dampak ekonomi yang tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga menciptakan efek berganda terhadap sektor-sektor ekonomi lainnya. Pada UMKM pengolahan lele, kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi tercermin melalui terbentuknya rantai nilai yang melibatkan pembudidaya, pemasok bahan baku, tenaga kerja, distributor, hingga pelaku pemasaran. Integrasi aktivitas tersebut memperkuat keterkaitan antarsektor ekonomi sekaligus meningkatkan produktivitas daerah. Dengan demikian, penelitian ini memandang pertumbuhan ekonomi sebagai hasil dari kemampuan UMKM pengolahan lele dalam menciptakan nilai tambah, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat daya saing ekonomi berbasis potensi lokal. Perspektif tersebut menjadi dasar

untuk menganalisis kontribusi UMKM pengolahan lele terhadap pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai peran UMKM pengolahan lele dalam menciptakan nilai tambah produk, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta strategi pengembangan usaha dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, yang dipilih secara *purposive* karena merupakan salah satu sentra budidaya dan pengolahan ikan lele dengan potensi ekonomi yang berkembang. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan pengetahuan dan pengalaman mereka terhadap aktivitas UMKM pengolahan lele. Sebanyak 10 informan terdiri atas pemilik UMKM, tenaga kerja, pemasok bahan baku, dan pihak terkait yang terlibat dalam pengembangan usaha. Data penelitian meliputi data primer dan sekunder.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen resmi, laporan pemerintah, buku, serta artikel ilmiah yang relevan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi mengenai proses produksi, penciptaan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, kendala usaha, dan strategi pengembangan. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas operasional UMKM, sedangkan dokumentasi dimanfaatkan sebagai data pendukung penelitian. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, serta memenuhi kriteria *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Tahapan analisis dilakukan secara berulang hingga diperoleh temuan yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran UMKM Pengolahan Lele dalam Menciptakan Nilai Tambah Produk

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian karena berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja serta memperkuat pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Peran UMKM dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi salah satunya yakni penciptaan nilai tambah produk, nilai tambah produk merupakan peningkatan nilai suatu produk melalui proses inovasi, maupun diferensiasi sehingga menghasilkan keuntungan ekonomi yang lebih besar.

Dalam upaya tersebut UMKM tidak hanya memasarkan ikan lele dalam bentuk segar, tetapi juga mengolahnya menjadi berbagai produk pangan yang memiliki nilai jual lebih tinggi dengan mengolahnya menjadi bakso lele fillet, produk tersebut mampu menarik minat konsumen baru, khususnya anak-anak yang sebelumnya enggan mengonsumsi ikan karena adanya duri (Wawancara pemilik UMKM Kimara, 27 Juni 2026). Selain diferensiasi produk, inovasi proses produksi juga dilakukan melalui penggunaan teknologi sederhana, seperti mesin peniris minyak (*spinner*) pada proses produksi abon lele. Penggunaan teknologi tersebut mampu mengubah 10 kg lele segar menjadi 1,5 kg abon kering tahan hingga 8 bulan dengan nilai jual akumulatif mencapai Rp300.000 (wawancara Karyawan bagian produksi, 2 Juni 2026). Di sisi lain, inovasi pengemasan menggunakan standing pouch aluminium foil yang dilengkapi label, informasi produk, dan perizinan turut meningkatkan citra produk dan kepercayaan konsumen.



Gambar 1. Hasil Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penciptaan nilai tambah tidak hanya berasal dari proses pengolahan bahan baku, tetapi juga dari inovasi teknologi, diferensiasi produk, dan peningkatan kualitas kemasan. Kondisi ini sejalan dengan teori Value Chain Porter (1985) yang menjelaskan bahwa setiap aktivitas dalam rantai nilai mampu meningkatkan nilai ekonomi suatu produk melalui diferensiasi dan efisiensi proses produksi. Temuan ini juga memperkuat konsep nilai tambah Hayami et al. (1987), yang menegaskan bahwa transformasi bahan baku menjadi produk olahan menghasilkan peningkatan nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan menjual komoditas dalam bentuk mentah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Rahmawati dan Nugroho (2024) yang menemukan bahwa inovasi produk pada UMKM agroindustri berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai tambah dan daya saing usaha. Selain itu, penelitian OECD (2023) menjelaskan bahwa UMKM yang mengembangkan inovasi produk dan memanfaatkan teknologi tepat guna memiliki produktivitas lebih tinggi dibandingkan UMKM yang masih mengandalkan metode produksi konvensional. Temuan serupa juga dikemukakan oleh World Bank (2024) yang menyatakan bahwa inovasi produk

merupakan faktor utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di negara berkembang karena mampu memperluas akses pasar sekaligus meningkatkan profitabilitas usaha. Berdasarkan hasil tersebut dapat dipahami bahwa keberhasilan UMKM pengolahan lele dalam menciptakan nilai tambah tidak hanya meningkatkan keuntungan usaha, tetapi juga memperkuat daya saing industri pengolahan berbasis sumber daya lokal. Dengan demikian, pengembangan inovasi produk menjadi strategi penting dalam meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Peran UMKM Pengolahan Lele dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan tidak hanya ditentukan oleh peningkatan output nasional, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam mengembangkan potensi ekonomi yang dimilikinya secara mandiri dan produktif. Dalam konteks ini, pengembangan UMKM menjadi salah satu instrumen strategis dalam memberdayakan masyarakat melalui penciptaan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan, serta penguatan aktivitas ekonomi lokal. Oleh karena itu, teori pemberdayaan ekonomi masyarakat dan teori pertumbuhan ekonomi menjadi landasan konseptual yang relevan untuk menjelaskan bagaimana aktivitas ekonomi pada tingkat lokal dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi secara lebih luas.

Keberadaan UMKM Kimara dan UMKM Kampung Lele memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan rumah tangga, dan penguatan aktivitas ekonomi lokal. Seluruh proses produksi, mulai dari filleting, pengolahan, pengemasan hingga pemasaran melibatkan tenaga kerja dari masyarakat sekitar sehingga memberikan kesempatan kerja yang berkelanjutan. Sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu karyawan UMKM Kimara bahwa sejak adanya produksi abon di Kampung Lele, ada sekitar 15 sampai 20 ibu rumah tangga yang sekarang punya penghasilan harian tetap, secara tidak langsung, ini mengurangi beban pengangguran di desa kami (wawancara karyawan UMKM Kampung lele, 20 Mei 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM pengolahan lele tidak hanya memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat lokal, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangga melalui pendapatan yang lebih stabil, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.1 menunjukkan adanya peningkatan pendapatan yang cukup signifikan setelah masyarakat terserap sebagai tenaga kerja pada kedua UMKM.

Tabel 1. Peningkatan Pendapatan Masyarakat Setelah Bekerja pada UMKM Pengolahan Lele.

Informan	Pekerjaan	Pendapatan Sebelum	Pendapatan Sesudah	Prosentase Kenaikan
Pekerja 1	Pengemasan	Rp. 800.000	Rp. 1.300.000	62.5%
Pekerja 2	Produksi	Rp. 1.000.000	Rp. 1.700.000	70.0%
Pekerja 3	Produksi	Rp. 800.000	Rp. 1.500.000	87.5%
Pekerja 4	<i>Filleting</i>	Rp. 600.000	Rp. 1.200.000	100%
Rata-Rata		Rp. 800.000	Rp. 1.425.000	80.0%

Selain menciptakan lapangan kerja, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa aktivitas UMKM pengolahan lele menghasilkan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap perekonomian lokal. Seluruh rantai usaha melibatkan berbagai pelaku ekonomi, mulai dari pembudidaya lele, tenaga kerja lokal, pemasok bahan baku pendukung, hingga pedagang di sekitar wilayah Kecamatan Ngadiluwih. Perputaran ekonomi tersebut menyebabkan uang yang dihasilkan dari aktivitas usaha tetap beredar di lingkungan masyarakat sehingga meningkatkan daya beli dan memperkuat perekonomian desa. Temuan ini selaras dengan teori pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Chambers (2021) bahwa pemberdayaan merupakan proses peningkatan kapasitas masyarakat agar mampu mengakses sumber daya ekonomi secara mandiri. Demikian pula menurut Ife dan Tesoriero (2022), pemberdayaan ekonomi dilakukan melalui peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan usaha produktif sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan secara berkelanjutan.

Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Sari dan Hidayat (2023) yang menemukan bahwa UMKM sektor pangan berperan penting dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga melalui penciptaan kesempatan kerja dan pemberdayaan kelompok masyarakat produktif. Penelitian UNDP (2023) menegaskan bahwa UMKM merupakan instrumen pembangunan ekonomi inklusif karena mampu menciptakan lapangan kerja lokal dan memperluas kesempatan ekonomi bagi masyarakat berpendapatan rendah. Sementara itu, penelitian ILO (2024) menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis komunitas berkontribusi terhadap pengurangan pengangguran serta peningkatan ketahanan ekonomi masyarakat pedesaan. Dengan demikian, UMKM pengolahan lele tidak hanya berfungsi sebagai unit bisnis, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat yang mampu memperkuat ekonomi lokal dan mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif.

Strategi Pengembangan UMKM Dalam Mengatasi Kendala Usaha Guna Meningkatkan Kontribusinya terhadap Perekonomian Nasional

Pengembangan UMKM pengolahan lele di Kabupaten Kediri dilakukan melalui berbagai strategi yang bertujuan meningkatkan keberlangsungan usaha dan daya saing. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi pada UMKM Kampung Lele dan

UMKM Kimara, ditemukan tiga strategi utama yang diterapkan, yaitu penguatan kemitraan dalam penyediaan bahan baku, optimalisasi pembiayaan usaha, serta digitalisasi pemasaran. Ketiga strategi tersebut merupakan respons terhadap berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha, seperti fluktuasi pasokan bahan baku, keterbatasan modal, dan terbatasnya jangkauan pemasaran. Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM adalah ketidakstabilan ketersediaan ikan lele sebagai bahan baku utama. Perubahan cuaca dan musim menyebabkan pasokan dari peternak mengalami fluktuasi, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas, sehingga berpotensi mengganggu kelancaran proses produksi. Untuk mengatasi kondisi tersebut, UMKM Kampung Lele membangun kemitraan dengan peternak lele lokal melalui sistem kontrak kerja sama. Melalui pola ini, peternak memperoleh kepastian pasar, sedangkan UMKM mendapatkan jaminan kontinuitas pasokan bahan baku sesuai standar produksi. Salah seorang peternak menyampaikan bahwa kami diikat dengan kontrak kerja sama oleh Kampung Lele. Mereka menjamin membeli hasil panen dengan harga yang stabil selama kualitas ikan sesuai standar yang telah ditentukan (wawancara mitra UMKM, 28 Mei 2026).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemitraan yang dibangun tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi kedua belah pihak, tetapi juga memperkuat stabilitas rantai pasok. Dari perspektif manajemen, strategi tersebut sejalan dengan konsep *Resource-Based View* (RBV) yang menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif organisasi diperoleh melalui pengelolaan sumber daya yang bernilai, sulit ditiru, dan mampu memberikan keunggulan berkelanjutan (Barney, 1991). Hubungan kemitraan dengan peternak merupakan sumber daya strategis yang memungkinkan UMKM menjaga kualitas produk sekaligus mengurangi risiko gangguan pasokan. Selain itu, pola kemitraan tersebut mencerminkan implementasi *Supply Chain Management* yang menekankan pentingnya koordinasi antar pelaku dalam rantai pasok guna meningkatkan efisiensi dan fleksibilitas usaha (Christopher, 2016). Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Yadav et al. (2023) dan Khan et al. (2024) yang menyatakan bahwa kolaborasi yang kuat antara produsen dan pemasok mampu meningkatkan ketahanan rantai pasok serta mendukung keberlanjutan usaha UMKM. Selain permasalahan bahan baku, keterbatasan modal menjadi kendala yang memengaruhi kapasitas produksi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Kimara mengembangkan strategi pembiayaan melalui kombinasi reinvestasi laba dan pemanfaatan fasilitas Kredit Usaha Rakyat (KUR). Strategi tersebut digunakan untuk membeli mesin produksi yang lebih modern sehingga kapasitas produksi meningkat secara signifikan. Pemilik UMKM menjelaskan bahwa setelah penjualan mulai stabil, kami mengajukan KUR untuk membeli mesin meat grinder industri dan pengering berkapasitas besar sehingga produksi meningkat dari sekitar 20 kilogram menjadi 100 kilogram

per hari (wawancara pemilik UMKM Kirmara, 18 Juni 2026). Modernisasi peralatan tersebut tidak hanya meningkatkan volume produksi, tetapi juga mempercepat proses kerja dan menjaga konsistensi mutu produk. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sulistianingsih dan Santi (2023) yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengutamakan laba ditahan sebagai sumber pembiayaan utama. Selain itu, Rita dan Nastiti (2024) menjelaskan bahwa kombinasi pendanaan internal dan eksternal mampu meningkatkan efisiensi keuangan, sedangkan Khaer (2024) menegaskan bahwa penggunaan kredit untuk investasi produktif memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Strategi berikutnya yang ditemukan adalah digitalisasi pemasaran. Pada tahap awal, pemasaran produk masih terbatas pada pasar lokal sehingga peluang perluasan pasar belum optimal. Seiring perkembangan teknologi, kedua UMKM mulai memanfaatkan berbagai platform *e-commerce* dan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Salah seorang karyawan bagian pemasaran menyatakan bahwa, sekarang kami tidak hanya mengandalkan toko fisik, tetapi juga membuka toko di Shopee dan TikTok Shop serta mengikuti berbagai pameran yang difasilitasi pemerintah daerah (wawancara karyawan bagian pemasaran, 18 Juni 2026).

Digitalisasi tersebut memperluas jangkauan pemasaran sekaligus meningkatkan visibilitas produk kepada konsumen di luar wilayah Kabupaten Kediri. Adopsi *platform* digital tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi pemasaran serta memperkuat hubungan dengan konsumen. Temuan penelitian ini sejalan dengan Verhoef et al. (2021) yang menyatakan bahwa transformasi digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian Dwivedi et al. (2023) juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja pemasaran, inovasi produk, dan keberlanjutan usaha. Di sisi lain, keterlibatan UMKM dalam komunitas binaan pemerintah daerah memperluas jaringan bisnis serta membuka akses terhadap promosi dan informasi pasar sebagaimana dikemukakan oleh Naldi et al. (2024). Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM pengolahan lele di Kabupaten Kediri tidak hanya berorientasi pada penyelesaian kendala operasional, tetapi juga diarahkan pada penguatan kapasitas usaha dalam jangka panjang. Penguatan kemitraan rantai pasok menjaga kontinuitas bahan baku, optimalisasi pembiayaan meningkatkan kapasitas produksi melalui modernisasi teknologi, sedangkan digitalisasi pemasaran memperluas akses pasar dan memperkuat daya saing produk. Sinergi ketiga strategi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM memerlukan integrasi antara pengelolaan sumber daya internal, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, serta pemanfaatan teknologi digital agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM pengolahan lele di Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, khususnya UMKM Kimara dan UMKM Kampung Lele, memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan nilai tambah produk, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan penerapan strategi pengembangan usaha yang adaptif. Nilai tambah diwujudkan melalui diversifikasi produk olahan, inovasi proses produksi, serta pengembangan kemasan yang meningkatkan kualitas, daya saing, dan nilai ekonomi produk. Selain itu, keberadaan UMKM turut menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat keterkaitan ekonomi dengan peternak lele, pemasok bahan baku, dan pelaku usaha lainnya sehingga menghasilkan efek pengganda (*multiplier effect*) bagi perekonomian lokal. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penguatan kemitraan dalam rantai pasok, optimalisasi akses pembiayaan melalui reinvestasi laba dan Kredit Usaha Rakyat (KUR), modernisasi teknologi produksi, serta digitalisasi pemasaran merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan produktivitas, menjaga keberlanjutan pasokan bahan baku, memperluas akses pasar, dan memperkuat ketahanan usaha.

Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan mengelola sumber daya internal, tetapi juga pada kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan serta kemampuan mengadopsi inovasi dan teknologi sebagai respons terhadap dinamika lingkungan bisnis. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan UMKM sektor pangan memerlukan pendekatan yang terintegrasi melalui sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, lembaga keuangan, dan lembaga pendamping. Dukungan terhadap inovasi produk, penguatan kapasitas sumber daya manusia, akses pembiayaan produktif, serta transformasi digital menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Oleh karena itu, kebijakan pengembangan UMKM hendaknya tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga diarahkan pada penguatan ekosistem usaha yang mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Asian Development Bank. (2024). *Asian Development outlook 2024*. <https://doi.org/10.22617/FLS240452-3>
- Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2011). *Small vs. young firms across the world: Contribution to employment, job creation, and growth*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-5631>

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Blakely, E. J., & Leigh, N. G. (2017). *Planning local economic development: Theory and practice* (6th ed.). Sage Publications.
- Chambers, R. (2021). *Rural development: Putting the last first* (Updated ed.). Routledge.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management* (5th ed.). Pearson.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., et al. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI. *International Journal of Information Management*, 71, 102642. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>
- Hayami, Y., Kawagoe, T., Morooka, Y., & Siregar, M. (1987). *Agricultural marketing and processing in upland Java: A perspective from a Sunda village*. CGPRT Centre.
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2022). *Community development: Community-based alternatives in an age of globalisation* (6th ed.). Cambridge University Press.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan data UMKM tahun 2024*.
- Khaer, M. (2024). Pengaruh pembiayaan produktif terhadap pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Khan, S., Khan, M. I., & Lee, H. (2024). Supply chain collaboration and SME sustainability: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 452, 142286.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th global ed.). Pearson.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187–221. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0)
- Naldi, L., Parida, V., & Wincent, J. (2024). Entrepreneurial ecosystems and SME innovation performance. *Small Business Economics*.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *SME and entrepreneurship outlook 2023*. OECD Publishing.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). *Financing SMEs and entrepreneurs 2024*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/fa521246-en>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Purwanto, A., et al. (2021). Digital transformation of Indonesian MSMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2024). Innovation capability and value-added creation in Indonesian SMEs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 26(1), 45–59.
- Rita, M. R., & Nastiti, A. S. (2024). Financial bootstrapping strategy and MSME financial performance. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.

- Sari, R., & Hidayat, A. (2023). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui UMKM pengolahan pangan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 24(2), 156–170.
- Sulistianingsih, E., & Santi, N. (2023). Pecking order theory pada keputusan pembiayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
- Tambunan, T. (2022). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2022). *Economic development* (13th ed.). Pearson.
- United Nations Development Programme. (2023). *Human development report 2023/2024*.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., et al. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- World Bank. (2024). *World development report 2024: The middle-income trap*. World Bank.
- Yadav, G., Luthra, S., & Mangla, S. K. (2023). Supply chain resilience in SMEs: A systematic literature review. *International Journal of Production Economics*, 258, 108807. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2023.108807>