



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 5624-5634

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Profil Pemilik UMKM Di Kawasan Minapolitan Cilacap Menggunakan Model Sparadley

Lia Ernawati^{1✉}, Mika Tri Kumala Swandari², Asharryadi Noegroho³, Silvia Distiani⁴, Muhammad Raihan⁵, Venna Cahyani⁶
Universitas Al-Irsyad

Email: liaernawati335@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan aspek sosial ekonomi masyarakat yang menjual ikan laut, menganalisis standar harga jual dalam menghitung tingkat keuntungan, dan menganalisis kendala penjualan yang digunakan masyarakat. Metode yang digunakan adalah model Sparadley yaitu observasi langsung dan wawancara langsung dengan "informan kunci".

Responden merupakan seluruh kelompok binaan yang ada di TKI Padanarang, Dinas Perikanan Cilacap. Wawancara akan dilakukan secara langsung dan analisis data menggunakan analisis kuantitatif untuk memperoleh beberapa sumber data yang diperoleh dari data sekunder yang akan diolah, seperti: sensus penduduk, data harga pasar dan harga jual ikan, serta data penjualan ikan UMKM dengan beberapa jenis kegiatan yang ditawarkan. Model yang diterapkan secara turun-temurun sejak zaman dahulu dirasa sudah cukup diterapkan oleh masyarakat sekitar pesisir pantai TPI. peningkatan keuntungan UMKM yang signifikan di wilayah penelitian yaitu 24,21% atau dari Rp 1.000.000 menjadi Rp 3.000.000 dalam beberapa waktu (kurang dari sebulan). Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan teknologi tradisional telah memberikan banyak manfaat yang signifikan.

Kata Kunci: *Nelayan, Pengusaha Ikan Segar, Pengusaha Restoran, Keuntungan Usaha, Pengusaha Ikan Asin*

Abstract

The aim of this research is to describe the socio-economic aspects of communities selling sea fish, analyze selling price standards in calculating profit levels, and analyze sales constraints used by communities. The method used is the Sparadley model, namely direct observation and direct interviews with "key informants".

Respondents were all assisted groups at TKI Padanarang TKI Padan Arang, Cilacap Fisheries Service. Interviews will be conducted directly and the data will use quantitative analysis to obtain several data sources obtained from secondary data that will be processed, such as: population census, market price and selling price data for fish, as well as fish sales data. MSMEs with several types of activities offered. It is felt that the model that has been applied from generation to generation since ancient times has been implemented sufficiently by the people around the TPI coast. significant increase in MSME profits in the research area, namely 24.21% or from IDR 1,000,000 to IDR 3,000,000 in some time (less than a month). The analysis results show that the application of traditional technology has provided many significant benefits.

Keywords: *Fishermen, Fresh Fish Entrepreneurs, Restaurant Entrepreneurs, Business Profits, Salted Fish Entrepreneur*

PENDAHULUAN

Maulana, 2022 seperti itu ikan laut adalah salah satu contoh produknya

أَجَلٌ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا لَكُمْ وَلِلنَّاسِ وَحُرْمٌ عَلَيْكُمْ صَيْدُ الْبَرِّ
مَا دُمْتُمْ حُرُمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

Dihalalkan bagimu berburu binatang laut dan makanan yang berasal dari laut (QS Al Maidah 96).

Penangkapan ikan, pengolahan dan penjualan ikan merupakan contoh sumber pendapatan kuno bagi manusia, ikan memiliki banyak nilai gizi seperti tingginya kadar asam lemak tak jenuh ganda (Omega III) yang penting dalam menurunkan kolesterol darah. Lihat LO dan Ojo; Pada tahun 2014 diketahui bahwa ikan memiliki nilai pangan yang tinggi dengan berbagai asam amino, vitamin dan mineral untuk makanan manusia. Clarias gariepinus atau ikan gabus merupakan jenis ikan yang mirip dengan ikan lele namun memiliki sirip pari, ikan ini sangat sering dijumpai di perairan. Hasil tangkapan nelayan dari desa binaan Dinas Perikanan Cilacap. Clarias gariepinus banyak dimakan oleh ikan jenis ini terutama karena makanan dan nilai terapeutiknya (Njoku ME; 2016).

Pekerjaan penjualan adalah salah satu pekerjaan sosio-ekonomi yang paling penting bagi manusia nyata dan organisasi manufaktur di sekitar mereka (Alam, JM; 2010) Ini adalah

beragam organisasi yang menangani penjualan dari produsen ke pembeli dengan ikatan antar dan antar perusahaan. ikatan. Pada fase berbeda dalam rantai penjualan, ikan harus ditumpuk dan tidak ditumpuk, ditebar dan tidak ditebar untuk memenuhi kebutuhan pembeli.

Tiap-tiap pemrosesan jumlahnya tidak banyak namun jumlah seluruh pengeluaran bisa besar tergantung tingkat penjualan. Akibatnya, perbedaan besar dalam jumlah yang dicairkan di antara pembeli kota dalam suatu rangkaian penjualan dan jumlah aliran air yang ekstrim di awal dapat menyebabkan margin penjualan yang sangat besar atau lebih lebar antara produsen dan pembeli akhir. Namun, ketika margin penjualan sangat besar, dapat dikatakan bahwa produsen atau pembeli berada dalam posisi yang dirugikan. Namun, margin yang besar tidak dapat dirasionalisasikan sepenuhnya (Ali EA, 2008).

METODE PENELITIAN

Analisis data Sparadley share dalam penelitian kualitatif berdasarkan tahapan dalam penelitian kualitatif.

Proses penelitian kualitatif setelah memasuki lapangan, dimulai dengan menentukan informan kunci yang merupakan informan yang berwibawa dan terpercaya yang mampu "membuka pintu" untuk memasukkan objek penelitian kepada peneliti.

Studi Jenis dan Desain

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan model Sparadley sebagai awal untuk mencari data kuantitatif yang dapat menggambarkan penelitian ini secara objektif.

Studi Waktu dan Lokasi

Waktu belajar dari tanggal 21 Maret 2023 sampai dengan tanggal 30 Agustus 2023 di semua kelompok binaan yang berada di pekerja migran Pelayanan perikanan penyu teluk Padanarang Cilacap

Populasi dan Sampel

Sampel pada penelitian ini yaitu nelayan dan pedagang ikan pada semua kelompok binaan yang ada di TKI Dinas Perikanan Penyu Teluk Padanarang Cilacap

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh adalah data primer yang diperoleh melalui seorang informan. Untuk mendapatkan beberapa data sekunder yang akan diolah, seperti: sensus penduduk, data harga pasar dan harga jual ikan, serta data penjualan per tahun ikan.

Prosedur Pengolahan dan Analisa Data

Metode analisis data menggunakan analisis komponensial, yaitu menguraikan domain yang selama ini menjadi fokus penelitian. Fokus penelitian ini bertumpu pada status sosial, harga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta-fakta yang terjadi di lapangan mengenai populasi. Dalam hasil penelitian yang disajikan disini akan disajikan fakta-fakta hasil penelitian di lapangan yang diperoleh dari wawancara dengan informan kunci yang merupakan informan yang ditunjuk oleh Kecamatan Cilacap Selatan. Dan dipercaya mampu "membuka pintu" bagi masuknya obyek penelitian kepada peneliti. Ada beberapa objek penelitian yaitu: UKM ikan asin,

UKM restoran, dan UKM ikan segar. Masing-masing objek tersebut terletak pada satu tempat yaitu di pesisir pantai TKI Padan Arang. Untuk setiap objek, peneliti mengambil sampel masing-masing 6 responden sebagai perwakilan inti untuk wawancara mendalam. Hasil wawancara yang dominan dari masing-masing UMKM adalah sebagaimana terlampir:

Tabel 1. Data populasi UMKM

No Umur Responden (Tahun)		Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	< 25	0	0,00
2	26 - 50	4	60,33
3	> 51	2	21,67
	Jumlah	6	100,0
			0
Tidak ada UMKM ikan asin dan ikan biskuit		Jumlah Termohon (Orang)	Persentase (%)
1	10 - 15	2	13,33
	Jumlah	2	100,0
			0
Tidak Ada UMKM Restoran		Jumlah Termohon (Orang)	Persentase (%)
1	1 - 10	2	20
	Jumlah	2	100,0
			0
No UMKM Ikan Segar		Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	< 15	2	20
	Jumlah	2	100,0
			0

UMKM Ikan Asin Dan Kerupuk Ikan

a. Identitas bisnis

Tabel 2. Data key informan identitas UMKM

TKI	Deskripsi Respon Pasar	Jumlah (Pemilik)	Persentase(%)
1	Usia Bisnis	15	10,00
2	Legalitas usaha	14	99,99
3	Peminjaman tempat usaha	15	100,00
Jumlah		15	100

Mayoritas UMKM yang berdagang di sekitar TKI Padan Arang sudah lebih dari 10 tahun beroperasi di sekitar pantai dengan berjualan ikan asin dan kerupuk ikan dan ini menjadi mata pencaharian turun temurun masyarakat di kawasan TPI Padan Arang. Dalam menjalankan usahanya, profil pemilik usaha rata-rata berusia lebih dari 26 tahun dan mayoritas masing-masing berpendidikan SMP atau SMA. UMKM ini sudah memiliki NIB, PIRT bahkan bersertifikat Halal. Tempat usaha ini berstatus sewa.

b. Implementasi produksi

Tabel 3. Data key informan produksi UMKM

TKI	Deskripsi Respon Pasar	Tanggapan	satuan
1	Tenaga kerja produksi	1-2	unit
2	Berbagai jenis produk	>5	orang
3	Waktu pengemasan	3	KU
4	Kemasan ikan asin	Belum	
5	Kemasan kerupuk ikan	Sudah	
Jumlah		15	100

Hasil wawancara dengan 2 orang informan kunci yang membawahi 15 UMKM jenis ikan asin dan kerupuk adalah: Dalam menjalankan proses produksi, dibutuhkan minimal 1 orang pegawai pada hari libur besar, dan hanya 1 orang pegawai pada hari kerja termasuk hari Sabtu dan Minggu. Jenis produk yang dijual adalah: berbagai jenis ikan laut asin kering, dan beberapa jenis kerupuk ikan. Produk expirednya sendiri bisa bertahan selama 3 bulan di suhu ruang untuk ikan asin, dan 3 minggu untuk kerupuk. Pada kemasan produk ikan yang dijual belum memberikan informasi lengkap mengenai produk yang dijual, sedangkan pada produk kerupuk sudah memuat informasi mengenai produk tersebut. Hal ini mungkin memerlukan perhatian lebih untuk diperbaiki pada penelitian selanjutnya.

c. Operasional Produksi

Tabel 4. Data key informan operasional UMKM

NO	Deskripsi Respon Pasar	Tanggapan	satuan
1	Pemasaran	luring	metode
2	Karyawan penjualan	1-2	orang
3	Biaya bisnis	persentase 5	
4	Modal ventura	juta	Rata-rata
5	Labarugi	Labarugi	
Jumlah		15	100

Hasil wawancara dengan 2 orang informan kunci yang membawahi 15 UMKM jenis ikan asin dan kerupuk adalah: Usaha yang sudah berjalan bertahun-tahun ini dalam hal pemasaran produknya dilakukan dengan memanfaatkan pelanggan tetapnya.

Dalam hal ini sebenarnya mereka sudah melakukan pemasaran business to business. Sebab pelanggan tetap yang dimaksud adalah distributor seperti reseller, pasar dan toko kelontong lainnya. Untuk pemasaran online yang belum dimanfaatkan sama sekali oleh para pelaku UMKM pesisir. Dalam menjalankan proses produksi, Anda membutuhkan minimal 1 orang karyawan pada hari libur besar, dan hanya 1 orang karyawan pada hari kerja termasuk hari Sabtu dan Minggu. Untuk penggajian karyawan yang sistematis, bagi hasil dibagi antara pemberi kerja dan karyawan. Omzet yang dihasilkan setiap harinya bisa mencapai satu hingga tiga juta setiap harinya, hal ini setara dengan modal yang ditanam lebih dari 5 juta. Hasil dari omzet yang diterima digunakan untuk memulai kembali operasional bisnis.

UMKM Restaurant

a. Identitas bisnis

Tabel 5. Data key informan identitas UMKM

NO	Deskripsi Respon Pasar	Jumlah (Pemilik)	Persentase(%)
1	Usia Bisnis	10	10.00
2	Legalitas usaha		80.00
3	Peminjaman tempat usaha	8 10	100.00
Jumlah		10	100

Hasil wawancara dengan 2 orang informan kunci yang membina 10 UMKM jenis restoran adalah: UMKM yang berdagang di sekitar TKI Padan Arang mayoritas sudah

beroperasi di sekitar pantai selama lebih dari 5 tahun dengan menjual ikan asin dan kerupuk ikan. Dalam menjalankan operasional usahanya, setiap UMKM telah memiliki NIB. Tempat usaha ini berstatus sewa.

b. Implementasi produksi

Tabel 6. Data key informan produksi UMKM

TDK1	Deskripsi Respon Pasar	Tanggapan	satuan
1	Tenaga kerja produksi	1-2	orang
2	Berbagai jenis produk	>5	unit
3	Waktu pengemasan	1	D
4	Kemasan makanan	langsung	
	Jumlah	10	100

Hasil wawancara dengan 2 orang informan kunci yang membawahi 10 UMKM jenis restoran adalah: Dalam menjalankan proses produksi, dibutuhkan minimal 1-2 orang karyawan pada hari libur besar, dan hanya 1 orang karyawan pada hari biasa termasuk hari Sabtu dan Minggu. Jenis produk yang dijual adalah: berbagai macam masakan yang berbahan baku hasil tangkapan ikan laut. Produk expirednya sendiri bisa bertahan selama 1 hari. Proses produksi pangan olahan ini dilakukan secara langsung dan telah disesuaikan dengan pesanan dari pembeli atau pelanggan.

c. Operasional Produksi

Tabel 7. Data key informan operasional UMKM

TDK1	Deskripsi Respon Pasar	Tanggapan	satuan
1	Pemasaran	luring	metode
2	Karyawan penjualan	1-2	orang
3	Biaya bisnis	persentase 5	
4	Modal ventura	juta	Rata-rata
	Laba rugi	Laba	
	Jumlah	10	100

Hasil wawancara dengan 2 orang informan kunci yang membawahi 10 jenis rumah makan UMKM yaitu: Usaha yang sudah berjalan bertahun-tahun, dalam pemasaran produknya dilakukan dengan memanfaatkan pelanggan yang datang untuk menikmati keindahan pantai, untuk pemasaran online yang belum dimanfaatkan sama sekali oleh pelaku UMKM pesisir. Dalam menjalankan proses produksi, Anda membutuhkan minimal 1

orang karyawan pada hari libur besar, dan hanya 1 orang karyawan pada hari kerja termasuk hari Sabtu dan Minggu. Untuk penggajian karyawan yang sistematis, bagi hasil dibagi antara pemberi kerja dan karyawan. Omzet yang dihasilkan setiap harinya bisa mencapai satu hingga tiga juta setiap harinya, hal ini setara dengan modal yang ditanam lebih dari 5 juta. Hasil dari omzet yang diterima digunakan untuk memulai kembali operasional bisnis.

UMKM Ikan Segar

a. Identitas bisnis

Tabel 8. Data key informan identitas UMKM

Deskripsi Respon Pasar	Jumlah (Pemilik)	Persentase(%)
1 Usia Bisnis	15	10.00
2 Legalitas usaha	11	73.3
3 Pinjaman kapal	10	60.00
Jumlah	15	100

Hasil wawancara dengan 2 orang informan kunci yang membina 15 UMKM penjual ikan segar adalah: Mayoritas UMKM yang berdagang di sekitar Turtle Bay sudah lebih dari 5 tahun beroperasi di sekitar pantai dengan menjual ikan asin dan kerupuk ikan. Dalam menjalankan operasional bisnisnya, setiap UMKM telah memiliki NIB, PIRT bahkan . Tempat usaha ini berstatus sewa.

b. Implementasi Produksi

Tabel 9. Data key informan produksi UMKM

Deskripsi Respon Pasar	Tanggapan	satuan
1 Tenaga kerja produksi	1-2	unit
2 Berbagai jenis produk	>5	orang
3 Waktu pengemasan	1	D
4 Kemasan makanan		langsung
Jumlah	15	100

Hasil wawancara dengan 2 orang informan kunci yang membawahi 15 UKM penjual ikan segar adalah: Dalam menjalankan proses produksinya, pemilik kapal membutuhkan minimal 1-2 orang nelayan untuk menangkap ikan pada hari libur besar, dan hanya 1 orang pegawai pada hari kerja termasuk hari Sabtu. dan minggu. Jenis produk yang dijual adalah: berbagai macam ikan hasil tangkapan ikan laut. Produk expirednya sendiri bisa bertahan

selama 1 hari. Proses produksi ikan dilakukan secara langsung dan disesuaikan dengan hasil tangkapan nelayan di laut.

c. Operasional Produksi

Tabel 10. Data key informan operasional UMKM

Informan	Deskripsi Respon Pasar	Tanggapan	satuan
1 Pemasaran		luring	metode
2 Karyawan penjualan		1-2	orang
3 Biaya bisnis		persentase	
4 Modal venture 5		20 juta	Rata-rata
Laba rugi		Laba	
Jumlah		15	100

Hasil wawancara dengan 2 informan kunci yang membawahi 15 UKM penjual ikan segar adalah : Usaha yang sudah berjalan bertahun-tahun ini dalam hal pemasaran produknya dilakukan dengan memanfaatkan pelanggan yang datang berbelanja ikan, dan untuk pelanggan tetap karena Pelanggan tetap yang dimaksud adalah distributor seperti reseller dan pasar pemasaran online yang belum dimanfaatkan sama sekali oleh UMKM pesisir. Dalam menjalankan proses produksinya, pemilik kapal setidaknya membutuhkan 1-2 orang nelayan untuk menangkap ikan pada hari libur besar, dan hanya 1 orang pekerja pada hari biasa termasuk Sabtu dan Minggu. Untuk penggajian pegawai, terdapat sistem bagi hasil antara pemilik kapal dan nelayan. Omzet yang dihasilkan setiap harinya bisa mencapai satu hingga tiga juta setiap harinya, hal ini setara dengan modal yang ditanam lebih dari 20 juta. Hasil dari omzet yang diterima digunakan untuk memulai kembali operasional bisnis.

SIMPULAN

Rata-rata produksi UMKM yang tersebar di TPI Padanarang Teluk Penyul Cilacap berjumlah lebih dari 20 UMKM dengan beberapa jenis kegiatan yang ditawarkan. Model yang diterapkan secara turun-temurun sejak zaman dahulu dirasa sudah cukup diterapkan oleh masyarakat sekitar pesisir pantai TPI. peningkatan keuntungan UMKM yang signifikan di wilayah penelitian yaitu 24,21% atau dari Rp 1.000.000 menjadi Rp 3.000.000 dalam beberapa waktu (kurang dari sebulan). Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan teknologi tradisional ini telah memberikan banyak manfaat yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agbebi FO, Adetuwo KI. Analisis Faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Pemasaran Ikan di Pasar Ikan Igbokoda, Negara Bagian Ondo, Nigeria. *Jurnal Internasional Lingkungan, Pertanian dan Bioteknologi (IJEAB)*. 2018;3(2):512-521.
- Akogun OB. Lesi Mata, Kebutaan dan Gangguan Penglihatan di Lembah Sungai Taraba, Nigeria dan mereka
- Alam JM, Yasmin R, Rahman A, Nahar N, Pinky NI, Hasan M. Kajian Sistem Pemasaran Ikan di Swarighat, Dhaka, Bangladesh. *Alam dan Sains*. 2010;8(12):96- 103.
- Ali EA, Gaya HIM, Jampada TN. Analisis Ekonomi Pemasaran Ikan Segar di Pasar Maiduguri Gaboru dan lokasi pendaratan Bendungan Kachallari Alau di Timur Laut, Nigeria. *Jurnal Pertanian dan Ilmu Sosial*. 2008;6(2):3-5.
- Ernawati, L. (2022). Pengaruh Inflasi, Likuiditas, Kurs, Maturitas, Credit Default Swap, IHSG dan Profit Terhadap Obligasi Korporasi di Indonesia dengan Metode Data Panel. *Sanskara Akuntansi Dan Keuangan*, 1(01), 01-14.
- Haruna U, Sani MH, Danwanka HA, Adejo E. Analisis Ekonomi Pemasar Tomat Segar di Bauchi Metropolis, Negara Bagian Bauchi, Nigeria, *Jurnal Pertanian, Pangan, dan Lingkungan Nigeria*. 2012;8(3):1-8.
- Lihat LO, Ojo SO. Kinerja Struktural Pemasaran Ikan Artisanal di Negara Bagian Ondo, Nigeria. *Jurnal Pembangunan Pedesaan Amerika*. 2014;2(1):1-7.
- Lyu, X., Peng, W., Niu, S., Qu, Y., & Xin, Z. (2022). Evaluation of sustainable intensification of cultivated land use according to farming households' livelihood types. *Ecological Indicators*, 138, 108848.
- Maulana N, Zulfahmi. Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global. *J Iqtisaduna*. 2022;8(2):136–50.
- Njoku ME, Offor EI. Analisis Biaya dan Pengembalian Pemasaran Ikan Lele di Aba South Local Government Area of Abia State, Nigeria. *Jurnal Pertanian Tropis, Pangan, Lingkungan dan Penyuluhan*. 2016;15(2):9-14.
- Olukosi JO, Isitor SU, Ode MO. Pengantar Pemasaran Pertanian dan Harga: Prinsip dan Aplikasi, Seri Buku Hidup, Publikasi GU, Abuja, 2005.
- Schank, C., & Lorch, A. (2015). Economic citizenship and socio-economic rationality as foundations of an appropriate economic education. *JSSE-Journal of Social Science Education*, 56-65.
- Septiana, S. (2018). Sistem sosial-budaya pantai: mata pencaharian nelayan dan pengolahan ikan di Kelurahan Panggung Kecamatan Tegal Timur Kota Tegal. *Sabda: Jurnal Kajian*

Kebudayaan, 13(1), 83-92.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta, ID: Penerbit ANDI

Waryanto, R. B. D & Nasrulloh. (2014). Pengaruh Penentuan Harga Pokok Produksi terhadap Harga Jual pada Industri Krupuk (Studi Kasus di UD. Inun Jaya Sampang). Majalah Ekonomi, Vol 18(2),208-218.