MUSYTARI

ISSN:3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 21 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.8734/mnmae.v1i2.359

ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK SUMPIA UDANG STUDI KASUS UMKM SNACK KEMALASARI, BANDUNG

Aliyah Zainur Ruhaimah [1]*, Salmaa Ishma Hidayati[2], Dinda Tazkia [3]
Universitas Padjadjaran
E-mail: aliyah21001@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai pengembangan produk olahan hasil perikanan pada usaha mikro kecil menengah produk sumpia udang yang berbahan baku udang kering atau lebih dikenal dengan ebi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan produk sumpia udang yang diproduksi oleh UMKM Snack Kemalasari serta dampak yang terjadi setelah dilakukan pengembangan produk sumpia udang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey yang akan diuraikan secara deskriptif. Data diperoleh dan dikumpulkan dengan teknik wawancara. Data dianalisis secara langsung. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengembangan produk yang dilakukan meliputi bahan baku yang digunakan, pengemasan, pemasaran, dan pengembangan variasi rasa. Pengembangan bahan baku, yaitu menggunakan bahan baku udang ebi yang umumnya hanya digunakan sebagai penambah rasa masakan. Pengembangan kemasan yang dilakukan adalah dengan menggunakan kemasan ziplock aluminium yang disertai dengan penambahan design menarik serta pengembangan variasi rasa dengan penambahan rasa pedas pada sumpia udang.
Kata kunci : Pengembangan Produk, UMKM, Sumpia Udang.

ABSTRACT

This research is about the development of processed fishery products in micro small and medium enterprises of shrimp spring rolls products made from dried shrimp or better known as ebi. This study aims to determine the development of shrimp spring rolls products produced by UMKM Snack Kemalasari and the impact that occurs after the development of shrimp spring rolls products. The method used in this research is a survey that will be descriptive. Data obtained and collected by interview techniques. The data was analyzed directly. Based on the results of the study, it can be seen that the product development carried out includes the raw materials used, packaging, and development of flavor variations. The development of raw materials, namely using ebi shrimp raw materials which are generally only used as a flavor enhancer for dishes. The development of packaging is done by using aluminum ziplock packaging accompanied by the addition of attractive designs and the development of flavor variations by adding spicy flavors to shrimp spring rolls.

***Keywords**: Product development, MSME, Prawn spring roll*

Article history
Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagirism checker no 886 Doi :
prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 21 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.8734/mnmae.v1i2.359

ISSN:3025-9495

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki hasil sumber daya dalam bidang perikanan yang kaya serta berpotensial, kekayaan ini berasal dari perikanan laut, perairan umum bahkan dari perikanan budidaya (Nainggolan *et al.*, 2022). Menurut FOA (2016) Perairan di Indonesia mempunyai sebesar 27,2% spesies flora dan fauna dari seluruhnya yang ada di dunia, Salah satu potensi sumber daya ikan di Indonesia adalah udang dan jenis krustasea lainnya. Namun sayangnya saat ini hasil perikanan di beberapa daerah di Indonesia masih kurang optimal dalam pemanfaatannya (Aini, 2020).

Cara yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan pemanfaatan hasil perikanan salah satunya adalah dengan pengembangan produk. Pengembangan produk adalah suatu mekanisme yang bertujuan untuk menghasilkan produk yang baru yang sesuai dengan keperluan konsumen atau kebutuhan pasar, pengembangn produk dengan menciptakan produk inovatif, imitatif dan modifikatif produk, serta untuk mengoptimalkan sumberdaya perikanan dan memberikan nilai tambah (Yusuf *et al.*, 2018). Selain itu, dengan melakukan pengembangan dari suatu produk hasil perikanan dapat meningkatkan omset penjualan, meningkatkan daya saing produk dan mencegah konsumen merasa bosan (Junianto *et al.*, 2023)

Udang merupakan komoditas perikanan yang memiliki potensi yang baik di Indonesia. Namun udang juga memiliki sifat yang mudah mengalami kerusakan (*highly perishable foods*) akibat dari kandungan kadar air serta protein yang tinggi mengakibatkan rentannya udang terhadap aktivitas mikroorganisme sehingga diperlukan adanya penanganan dan pengolahan agar dapat memperpanjang umur simpan dari udang (Nainggolan *et al.*, 2022). Maka dari itu, alternatif yang dapat digunakan dalam pemanfaatan udang adalah dengan udang kering atau lebih dikenal dengan ebi. Ebi merupakan hasil olahan yang dapat dijadikan sebagai pengganti udang segar, karena ebi mempunyai masa simpan yang lama serta mengandung protein yang cukup tinggi yaitu pada 100 g ebi terkandung sebesar 62g protein (TKPI 2017).

Pemanfaatan dari udang ebi umumnya hanya dijadikan sebagai tambahan beragam jenis makanan yang biasanya digunakan untuk mendapatkan aroma udang serta untuk menghasilkan tambahan rasa pada masakan (Bank Indonesia 2008). Cara pengolahan udang ebi sebagai produk lainnya selain sebagai bahan tambahan masakan sehari-hari masih cukup jarang, Maka dari itu diperlukan adanya pengolahan udang yang dapat meningkatkan nilai tambah (Mardiyati & Amruddin 2016).

Salah satu inovasi pemanfaatan pengolahan udang ebi adalah sebagai cemilan sumpia udang. Sumpia udang merupakan makanan ringan yang umumnya dijadikan hidangan atau cemilan yang terbuat dari kulit lumpia dan di isi dengan udang yang memiliki peminat yang berasal dari bermacam lapisan mulai dari usia muda hingga dewasa (Mardiyati & Amruddin 2016). Sumpia udang umumnya menggunakan udang rebon sebagai bahan baku isian yang digunakan.

UMKM Snack kemalasari merupakan UMKM yang berada di Kecamatan Ketapang, Bandung, Jawa Barat. UMKM ini menjual olahan perikanan menggunakan bahan dasar udang ebi menjadi cemilan sumpia udang. Pemanfaatan udang ebi dalam olahan makanan yang menjadi bisnis tentu sangat bermanfaat mengingat udang ebi jarang digunakan sebagai bahan tambahan makanan. Oleh karena itu, tujuan penulisan ini untuk menganalisis inovasi dan pengembangan produk yang dilakukan UMKM Snack kemalasari pada produk olahan sumpia udang menarik untuk dibahas untuk dianalisis.

MUSYTARI
ISSN:3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 21 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.8734/mnmae.v1i2.359

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey ini akan diuraikan secara deskriptif. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, atau literatur ilmiah lainnya.

Pada penelitian ini, sampel diambil secara purposive sampling, yang berarti responden dipilih secara sengaja. Responden yang diwawancarai adalah pemilik UMKM Snack kemalasari.

2.2. Pengembangan Produk

Proses pembuatan produk baru, baik imitatif, inovatif, atau modifikatif yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar atau konsumen dikenal sebagai pengembangan produk *(*Yusuf *et al.,* 2019). Tujuannya adalah untuk meningkatkan mutu dan nilai tambah, memperpanjang eksistensi industri, meningkatkan permintaan konsumen, dan inovasi produk. Dalam industri perikanan, komoditas nya bermanfaat untuk dijadikan produk olahan atau produk jadi dengan konsep dasarnya adalah memanfaatkan nilai nutrisi komoditas serta meningkatkan mutu komoditas. Sehingga, bahan baku yang berasal dari perikanan dapat dibuat inovasi atau pengembangan dari bahan baku tersebut.

Aspek inovasi produk dapat berupa penyesuaian rasa dan tampilan sesuai keinginan konsumen, tren kesehatan dan nutrisi sehingga gizi produk dapat ditingkatkan, sebagai produk yang menjadi sumber protein alternatif karena kandungan omega-3 dan omega-6 yang ada pada ikan, dan tren sustainability. Pengembangan dari produk dapat berupa produk yang sudah ada atau produk baru. Produk yang sudah ada dapat mengalami pengembangan produk dengan dilakukannya beberapa inovasi seperti dari segi produksi, pengemasan, pemasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Profil UMKM

UMKM Sumpia Udang Snack kemalasari merupakan salah satu unit usaha industri rumahan yang bergerak di bidang pengolahan hasil perikanan dengan berbahan dasar udang ebi yang diolah menjadi makanan ringan, yaitu sumpia. Rumah produksi UMKM ini terletak di Kampung Cipinang, Desa Gandasari, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung. Usaha ini didirikan oleh Ibu Entin Sutini pada Tahun 2016 sampai sekarang. Produk unggulannya adalah sumpia udang original, sebuah camilan gurih siap saji berbentuk gulungan kecil renyah dengan isian ebi. Produk sumpia udang yang dipasarkan sudah memperoleh sertifikasi halal dan nomor PIRT sehingga produk sudah secara legal dikeluarkan oleh pemerintah dalam hal tersebut UMKM ini telah terdaftar pada Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Barat.

3.2. Produk Sumpia Udang

Sumpia udang merupakan makanan ringan yang terdiri dari kulit dan isi berupa udang. Berdasarkan hasil wawancara diketahui konsumen produk penjualan Sumpia Udang Snack kemalasari dari berbagai kalangan baik anak- anak, usia muda, maupun orang tua. Namun, mayoritas konsumen sumpia udang ini adalah dari kalangan usia muda hingga orang tua.

Produk ini cocok dihidangkan sebagai camilan. Dengan melimpahnya hasil udang serta kandungan gizi yang baik pada udang, camilan ini merupakan salah satu camilan yang sesuai dengan konsep dasar pengembangan produk, yakni memanfaatkan nilai nutrisi komoditas.

Ibu Entin seorang pemilik bisnis sumpia udang menyatakan bahwa ide dari produk tersebut berasal dari sumpia dengan isi bahan baku lain. Sehingga menginspirasi bu Entin untuk membuat sumpia dengan isi bahan baku udang. Pemilihan udang Ebi sebagai isian utama sumpia dikarenakan udang tersebut banyak dijual di pasar Soreang. Hal tersebut membuat ibu Entin tidak kesulitan untuk mendapatkan bahan baku tersebut. Bentuk akhir dari produk sumpia udang adalah spring roll dengan ukuran yang lebih kecil dengan rasa yang

MUSYTARI
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 21 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN:3025-9495

gurih.

3.3 Pengembangan Bahan Baku

Salah satu pengembangan produk sumpia adalah pengembangan bahan baku. Udang yang digunakan untuk olahan sumpia udang umumnya menggunakan jenis udang rebon (Ridha *et al.*, 2023), namun UMKM Snack kemalasari ini menggunakan jenis udang ebi sebagai isian untuk menawarkan inovasi yang menarik. Ebi atau udang kering memiliki cita rasa umami yang lebih kaya dan intens yang dapat meningkatkan kualitas rasa dan pilihan yang menarik untuk variasi dari sumpia. Bahan baku tersebut juga dijual di pasaran, sehingga tidak menyulitkan ibu Entin untuk mendapatkan bahan baku.

3.4 Pengembangan Variasi Rasa Produk

Pengembangan produk lain yang dilakukan UMKM Snack Kemalasari pada produk sumpia udang adalah pengembangan cita rasa. Pengembangan varian rasa dapat memberikan pengaruh baik dimana konsumen akan mempunyai pilihan variasi rasa yang dapat dipilih sehingga konsumen dapat mengganti-ganti pilihan rasa dan tidak merasa bosan (Azzahra *et al.*, 2023). Pengembangan variasi rasa pada sumpia dapat menjadi inovasi yang baik karena dapat menjadi keunikan pada produk dan dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen, Selain itu, variasi rasa yang berbeda dapat memungkinkan untuk penyesuaian dengan selera konsumen yang beragam, mengikuti trend dan meningkatkan pembelian.

Pengembangan variasi rasa yang dilakukan UMKM Snack kemalasari pada produk sumpia ini adalah dengan penambahan variasi rasa sumpia udang pedas dan keju. Umumnya variasi ini diminati oleh kalangan remaja hingga dewasa, dan hingga saat ini variasi sumpia original dan pedas menjadi rasa yang diminati oleh konsumen.

Menurut penelitian Septiana *et al.*, (2024), Variasi produk dan cita rasa memberikan kontribusi sebesar 51,7% terhadap keputusan konsumen untuk membeli seblak tekwan kuah merah di Kedai Seblak Prabumulih. Dapat disimpulkan bahwa dengan mengembangkan variasi rasa, konsumen dapat memiliki pilihan pada produk dan akan mempengaruhi penjualan.

3.5 Pengembangan Pengemasan

Kemasan memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai penjualan. Fungsi dari kemasan yaitu sebagai perlindungan dari produk atau barang yang dibungkus selama kegiatan pemasaran agar produk dapat terhindar dari kerusakan dan dapat sampai ke tangan konsumen dalam keadaan yang baik, selain itu, kemasan juga berguna untuk daya tarik konsumen (Safitria dan Hanifuddin 2022). Menurut Suyitno (1990) bahwa kemasan merupakan penempatan produk dalam suatu kemasan.

Sumpia merupakan makanan ringan kering yang terdiri dari kulit dan isiannya. Kemasan yang digunakan pada produk sumpia udang oleh UMKM Snack kemalasari pada awalnya menggunakan kemasan primer dengan plastik PP bening beserta label produk. Namun seiring waktu kemasan sumpia udang ini telah di kembangkan yaitu dengan menggunakan kemasan ziplock aluminium disertai design yang menarik. Perkembangan kemasan yang dilakukan oleh UMKM Snack kemalasari ini bertujuan agar produk sumpia udang ini dapat bersaing dengan produk dengan tingkat yang lebih tinggi. Kemasan ziplock aluminium ini telah memenuhi syarat kemasan yang baik untuk digunakan, yaitu bertujuan melindungi produk dari kontaminasi sehingga produk terhindar dari kerusakan fisik, kemasan juga mudah untuk dibuka dan ditutup, serta memudahkan proses pendistribusian produk.

Saat ini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan produk yang dijual, namun sisi estetik serta kemasan yang dipakai juga turut menjadi pertimbangan. Menurut pemilik UMKM, kemasan dengan ziplock aluminium dapat memberikan kepercayaan lebih konsumen kepada produk sumpia udang dibandingkan dengan kemasan plastik PP biasa. Kemasan yang modern menunjukkan bahwa produk tersebut tidak ketinggalan zaman dan memiliki brand awareness yang kuat. Kemasan yang lebih baik dan informasi produk yang dikomunikasikan melalui desain kemasan dapat meningkatkan citra produk dan meningkatkan penjualan (Widiati, 2020). Kemasan sumpia udang ziplock alumunium dapat dilihat pada Gambar 1.

MUSYTARI
ISSN:3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 21 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.8734/mnmae.v1i2.359

Gambar 1. Kemasan Sumpia Udang UMKM Snack kemalasari

3.6 Pengembangan Pemasaran Produk

Salah satu cara yang efektif dan efisien untuk mengirimkan barang dari produsen ke pembeli adalah melalui jalur distribusi, di mana berbagai perusahaan bekerja sama dengan agen, produsen, pedagang besar, dan pedagang kecil, atau bahkan produsen dapat memotong jalur rantai pasokan untuk menjual produk mereka langsung kepada pembeli (Franadita & Lubis 2022).

Saat ini, UMKM sumpia udang snack kemalasari telah memiliki sejumlah *reseller* yang menjual produk sumpia udang secara online melalui media *e-commerce* setelah pada awalnya hanya menjual dengan menitipkan di warung-warung. Kerja sama tersebut dapat memperluas jangkauan konsumen. Selain itu, usaha ini juga telah mendapatkan fasilitas dan sarana yang disediakan oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Barat melalui bentuk kegiatan bazar produk olahan hasil perikanan yang diadakan rutin, dengan adanya peluang tersebut dapat mempermudah penyaluran produk sumpia udang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk yang juga dilakukan oleh UMKM Sumpia Udang Snack kemalasari diantaranya adalah bahan baku yang digunakan, pengemasan dan pengembangan variasi rasa. Pengembangan bahan baku yaitu menggunakan bahan baku udang ebi yang umumnya hanya digunakan sebagai penambah rasa masakan. Pengembangan kemasan yang dilakukan adalah menggunakan kemasan ziplock aluminium disertai design yang menarik. Pengembangan produk pada variasi rasa sumpia adalah dengan penambahan rasa coklat, keju, kacang serta sumpia udang pedas. Serta distribusi produk dengan bekerja sama dengan *reseller*.

Untuk melaksanakan pengembangan produk lain, UMKM sumpia udang Snack kemalasari dapat melakukan pengembangan pada sistem pemasaran dan promosi produk yaitu dapat dilakukan dengan membuat sosial media instagram dan tiktok serta rutin melakukan promosi dengan memposting feeds dan video reels mengenai trend dan produk sumpia udang.

5. DAFTAR REFERENSI

[1] Aini, Y. N. (2020). Proyeksi Penyerapan Tenaga Kerja Perikanan Berdasarkan Faktor Industrialisasi Menggunakan Metode Fungsi Transfer. *Jurnal Aplikasi Statistika & Komputasi Statistik*, *12*(1), 23. https://doi.org/10.34123/jurnalasks.v12i1.244

[2] Azzahra, S. F., Yusup, E. P., Laeli, S., & Safari, Y. (2023). Pengembangan UMKM Zema Moring Melalui Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 10–19. https://doi.org/10.30997/almujtamae.v3i1.6587

[3] Franadita, D., & Lubis, A. H. (2022). Identifikasi Saluran Distribusi Dalam Rantai Pasokan Tomat Di Kecamatan Merdeka (Studi Di Desa Ujung Teran). *Jurnal Manajemen Akuntansi*, *2*(1), 169–175.

[4] Junianto, Fauzan, F., Putri Kapsari Hafel, A., Audy Husnandina, F., Hakim, A.,

MUSYTARI
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 21 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI: 10.8734/mnmae.v1i2.359
ISSN:3025-9495

Almunadiya, S., Eka Agustiani, W., Nurhaliza, R., & Luthfi Az Zakiy, M. (2023). Artikel review, pengembangan produk wadi. *Jurnal Ilmu Kelautan Kepulauan*, *6*(2), 896–903. http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/kelautan

[5] Mardiyati, S., & Amruddin. (2016). Diversifikasi Produk Olahan Udang Rebon pada Kelompok Wanita Nelayan. *Jurnal Al-Ikhlas*, *Volume 2*(1), 1–10.

[6] Nainggolan, T. Y. (2010). Strategi Pengembangan Usaha "Nilai Puff" dalam Meningkatkan Pendapatan IKM Pengolahan Hasil Perikanan Pada CV. "X" di Cibinong Bogor. Vol. 5, No. 2. *Manajemen IKM*, 1(2) : 132-144.

[7] Nainggolan, F., Diachanty, S., Kusumaningrum, I., Irawan, I., & Zuraida, I. (2022). Karakteristik Fisikokimia dan Penerimaan Konsumen terhadap Nuget Udang dengan Penambahan Rumput Laut Kappaphycus alvarezii. *Jurnal Pascapanen Dan Bioteknologi Kelautan Dan Perikanan*, *17*(1), 43. https://doi.org/10.15578/jpbkp.v17i1.793

[8] Ridha, Z., Sabariah, H., & Ritonga, L. A. (2023). Training and Management of Rebon Shrimp to Become a Sumpia Snack in Pulau Kampai Village, Kec. Kab. Milk Base Langkat Pelatihan dan Pengelolaan Udang Rebon Menjadi Snack Sumpia di Desa Pulau Kampai Kec. Pangkalan Susu Kab. Langkat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 63–70.

[9] Safitria, W. W., dan Hanifuddin, I. 2022. Sumpia Product Development Using Labeling, Packaging and Marketing Home Industry Strategies. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen*). 5(2): 170-180

[10]Septiana, Indah., Robyardi. Erfan., Salmah, Ninin.N.A. (2024). Pengaruh Variasi Produk dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Seblak Tekwan Kuah Merah Pada Kedai Seblak Prabumulih. *Journal of Management*, 17 (1) : 129 - 139

[11]Suyitno. 1990. *Bahan-bahan Pengemas*. Yogyakarta: UGM Press

[12] Tabel Komposisi Pangan Indonesia (TKPI). (2017). *Persatuan Ahli Gizi Indonesia. Jakarta : PT Elex Media Komputindo*. .

[13] Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, *8*(2), 67–76.

[14] Yusuf, M., Hamzah, S. N., Lamadi, A., & Kadim, M. K. (2019). *Difersifikasi Pengembangan Produk Hasil Perikanan*. CV. Athra Samudra