

**ANALISIS RANTAI NILAI PADA KOMODITAS IKAN GABUS DI DESA SERAMBUT,
KECAMATAN PULAU HANAUT, KABUPATEN KOTAWARINGIN TIMUR**



Oleh:

Amrina Rosyada, S.T.P, M.Agr.Sc.

NIP. 199506112024062003

FAKULTAS KEHUTANAN DAN LINGKUNGAN

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

2025

DAFTAR ISI

I.	<i>Pendahuluan</i>	4
II.	<i>Tujuan</i>	4
III.	<i>Tahapan Metodelogi</i>	5
IV.	<i>Pembahasan</i>	6
	DAFTAR PUSTAKA	9

Judul : Analisis Rantai Nilai Pada Komoditas Ikan Gabus Di Desa Serambut,
Kecamatan Pulau Hanaut, Kabupaten Kotawaringin Timur

Nama : Amrina Rosyada, S.T.P, M.Agr.Sc

NIP : 199506112024062003

Jabatan : Asisten Ahli

Bogor, 30 Juni 2025

Penulis,



Amrina Rosyada, S.T.P., M.Agr.Sc.

NIP. 199506112024062003

I. Pendahuluan

Di sekitar daerah perencanaan Kawasan Ekonomi Restoratif Serambut–Setiroek, terdapat 35 desa binaan RMU yang menghasilkan beragam jenis produk dan komoditas. Seiring dengan tujuan RMU untuk memberdayakan masyarakat desa, rencana pembangunan KER ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam pengolahan bahan baku dan diversifikasi hasil produk demi peningkatan nilai jual. Untuk memberikan manfaat yang maksimal pada masyarakat dan memastikan suplai bahan baku termanfaatkan dengan sempurna, perlu dilakukan analisis teknis terhadap beberapa produk dan komoditas yang dianggap potensial. Sesuai dengan prinsip utama ekonomi restoratif, komoditas yang dipilih untuk dibudidayakan dan diolah menjadi produk bernilai tinggi harus dapat hidup berdampingan dengan ekosistem lahan gambut dan hutan.

Hal pertama yang harus dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum tentang komoditas dan produk yang akan diolah dan dihasilkan di KIER adalah memetakan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan serta memastikan peran yang nantinya akan mereka ambil. Pemetaan ini sesungguhnya berguna dalam menemukan sebuah tujuan yang mereka miliki bersama untuk kemudian dituangkan dalam visi pengembangan komoditas tersebut. Tujuan bersama itulah yang kemudian akan berusaha dicapai dengan beberapa strategi intervensi dari sisi SDM, *supply*, produk, operasional, dan pasar.

II. Tujuan

Maka dari itu, demi menciptakan strategi intervensi yang tepat, pemahaman terhadap kondisi pasar—termasuk *market size*, kondisi *supply and demand*, pertumbuhan pasar, dan lain-lain—menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Tujuan dari makalah ini ialah untuk menghasilkan sebuah rencana pengelolaan komoditas yang lebih utuh, analisis produk ini juga dilengkapi dengan rencana operasional, persiapan kelembagaan, rencana finansial, serta analisis terhadap beberapa isu strategis yang mungkin timbul di sepanjang kegiatan produksi. Selanjutnya, pengembangan Kawasan Industri akan dilakukan dalam beberapa tahap.

III. Tahapan Metodelogi

1. MVP (*Minimum Viable Product*)

Sebelum pelaku industri mulai mengeluarkan biaya yang lebih besar dan menjual produk secara massal, perlu dipastikan bahwa produk memiliki fitur dan spesifikasi yang cukup untuk menarik *early adopter customer*. Fase MVP juga sekaligus memvalidasi ide yang telah dituangkan saat *product development* kepada para calon konsumen asli. Produk yang dihasilkan dalam fase ini diharapkan mampu membantu industri untuk mengumpulkan *customer knowledge* dan *actual feedback* sebagai bahan evaluasi tim. Industri juga diharapkan mampu memahami karakteristik dari target pasar dan calon konsumen secara lebih tepat dan mendalam.

2. *Product-market Fit*

Pada fase ini, industri mengukur kesesuaian produk dengan pasarnya, termasuk fitur-fitur produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Dalam fase *product-market fit*, konsumen sudah dapat melakukan pembelian dan menggunakan produk. Ketika produk dan pasar telah cocok (*product-market fit*), maka industri sudah memiliki sasaran konsumen yang tepat dengan produk yang ditawarkan. Selanjutnya, ketika konsumen sudah merasakan manfaat dari penggunaan produk tersebut, konsumen bahkan bisa bertindak menjadi saluran promosi produk.

3. *Scale up*

Pada fase ini, industri telah tumbuh sekitar 20% atau menunjukkan performa yang lebih baik dari fase sebelumnya—selama kurang lebih 2 tahun. Skala produksi akan ditingkatkan secara signifikan pada fase ini. *Scale up* dapat terjadi ketika bisnis memiliki model bisnis yang dapat diskalakan dan diekspansikan ke pasar lain. Selain itu, sebuah organisasi atau industri harus lebih terorganisir, terstruktur, dan memiliki protokol internal dan prosedur yang lebih matang. Untuk dapat *scale up*, industri haruslah didukung oleh karyawan dengan profil yang lebih terspesialisasi dan peran yang lebih jelas. Dalam fase

ini, sebuah industri telah memiliki lebih banyak pengalaman serta mengetahui kekuatan dan kelemahan mereka dengan lebih baik.

4. Regeneratif

Dalam tahap regeneratif, industri mampu tetap tumbuh secara ekonomi dengan tidak melawan batas-batas alam. Batas-batas ini meliputi kondisi alam dan masyarakat yang sehat secara sistemik, mampu memperbaiki diri sendiri, dan tetap mempertahankan vitalitas yang dibutuhkan dari segi sosial dan ekonomi.

IV. Pembahasan

Ikan gabus secara alami hidup di sungai-sungai yang mengaliri lahan gambut sekitar area perencanaan KER Serambut–Setiroek, khususnya di daerah Desa Tampelas dan Desa Telaga. Selama ini, masyarakat melakukan penangkapan gabus liar sebagai bahan makanan atau dijual secara mentah ke pasar. Hal ini berarti, ada peluang untuk pengembangan budidaya untuk meningkatkan angka produksi ikan gabus oleh masyarakat. Selanjutnya, ikan gabus perlu diolah menjadi produk bernilai tinggi dan diproduksi secara massal agar mampu menjadi komoditas yang kompetitif di pasar global. Peluang pun timbul karena teknologi pengolahan gabus menjadi produk turunan yang bernilai tinggi telah terbukti aplikasinya.

Oleh petani, hasil panen ikan gabus mentah dapat dijual seharga Rp40.000–50.000 kepada BUMDes. Selanjutnya, BUMDes dan masyarakat akan melakukan pengolahan hingga hasil panen tersebut diproses menjadi albumin powder yang dapat dijual seharga Rp5.000.000 per kilogram. Albumin powder ini pada akhirnya diproses oleh pabrik menjadi kapsul untuk kemudian dipasarkan dan dijual hingga Rp10.000.000 per kilogram. Dalam kegiatan produksi ini, STA akan terlibat dalam mengelola aspek logistik albumin powder.

Gambar 1. Agregasi Penentuan Produk Turunan Ikan Gabus

Bagian	Olahan	Estimasi Market Size (USD)	Market Growth (2017-2021)	Price Entry (USD)	Barrier to Entry
Daging	Albumin	1,731,368	10.05%	\$ 9.33	High
	Produk Konsumsi (Abon, Nugget)	62,965	0.68%	\$4.6	Med
	Produk Olahan (Kerupuk)	56,012	0.04%	\$2.1	Low

Dengan *Global market size value* pada tahun 2021 mencapai USD 4.25 miliar dan ekspektasi pertumbuhannya sampai dengan tahun 2028 mampu mencapai USD 9,6 miliar (CAGR 6,5%). Terlebih lagi Permintaan meningkat drastis dari *large-scale corporations* karena albumin digunakan sebagai pengganti serum, bahan pembuatan vaksin, dan pengobatan selepas operasi— sehingga dibutuhkan pula *cost-effective large-scale production*. Maka dari itu, Produktivitas lahan dan penentuan produk olahan unik bernilai tinggi menjadi krusial guna memanfaatkan besarnya potensi komoditas Ikan Gabus. Berikut adalah analisis sisi permintaan dan penawaran:

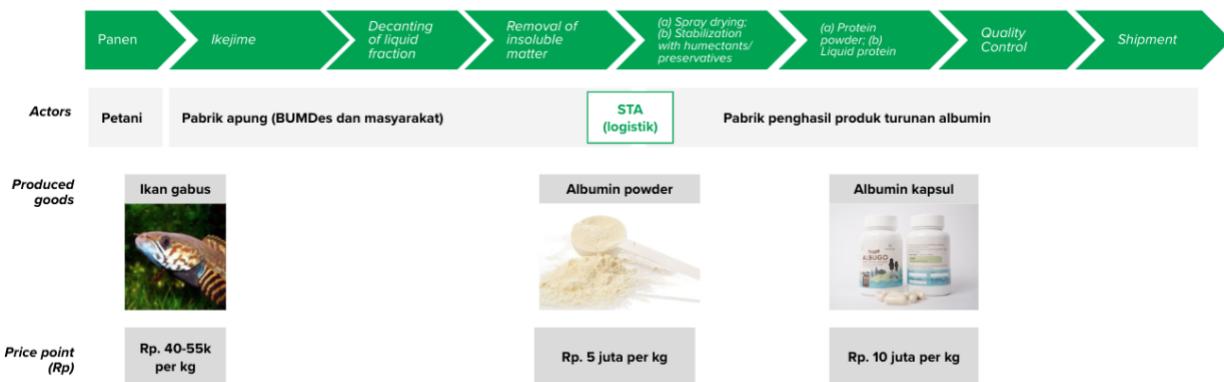
Penawaran / Supply Side:

- Tantangan dari sisi logistik untuk memasarkan produk ikan gabus mentah, sementara olahan *snack* tidak menjadi favorit
- Terkait karakteristik produk dan manfaat yang dihasilkan, pasar albumin merupakan *settled and vigilant market*
- Perusahaan CSL (Australia), Grifols (Spanyol), dan Shire (UK) menguasai 50% pasar albumin di dunia
- Dibutuhkan *initial cost of investment* yang besar dari segi R&D dan teknologi untuk memproduksi albumin berkualitas tinggi dalam jumlah massal sehingga mampu bersaing di pasar global
- Diperlukan kemitraan dengan perusahaan farmasi dan bioteknologi terkemuka di dunia sebagai kanal distribusi albumin

Permintaan / Demand Side:

- Jika ikan gabus diproduksi menjadi makanan olahan snack gurih, global market size dapat bernilai USD 250,5 miliar pada tahun 2021 (CAGR 5%), namun harus dapat bersaing dengan *global retail brands* yang mutlak mendominasi pasar
- Terdapat jenis ikan lain sebagai sumber protein, sodium chloride sebagai pengganti albumin, dan human albumin sebagai produk substitusi.

Gambar 3. Rantai Nilai dari Produk MCT Oil



DAFTAR PUSTAKA

- Raja, S., & Verico, K. (2020). Global Value Chains(GVC) Pada Komoditi Primer Dan Manufaktur: Studi ASEAN 6. *Journal of Trade Development and Studies*, 44-59.
- OECD. (2021, 12 15). *Global Value Chain: Indonesia*. Retrieved from OECD: <https://www.oecd.org/sti/ind/GVCs%20-%20INDONESIA.pdf>
- ADB. (2019). *Global Value Chains*. Retrieved from In Asian Development Bank and the Islamic Development Bank: <https://doi.org/10.5089/9781484392928.001>
- Zhang, C., Wu, J., Long, C., & Cheng, M. (2017). Review of Existing Peer-to-Peer Energy Trading Projects . *Energy Procedia*, 2563 – 2568.
- Aung, M., & Chang, Y. (2014). Traceability in a food supply chain: Safety and quality perspectives. *Food Control* (39), 172-184.