

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian mempunyai peran strategis dalam pembangunan suatu wilayah maupun negara. Sektor ini menyediakan bahan baku bagi industri, memenuhi kebutuhan pangan masyarakat, berkontribusi terhadap devisa negara, menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, serta mendorong peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Lebih jauh, sektor pertanian juga menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi daerah karena kemampuannya memasok bahan mentah bagi sektor lain, meningkatkan pendapatan per kapita, dan membuka lapangan kerja yang pada akhirnya memengaruhi dinamika pertumbuhan ekonomi suatu wilayah (Rahmawaty dkk., 2024). Meski demikian, menurut Salsabila dan Wulandari (2025), sektor pertanian masih kerap dipandang sebagai sektor pendukung yang kurang signifikan dalam pembangunan ekonomi, meskipun perannya nyata dalam penyerapan tenaga kerja dan penguatan ekonomi daerah.

Hasil pertanian pada umumnya bersifat mudah rusak dan tidak tahan lama, sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan nilai tambahnya melalui proses industri, baik dengan memasarkan produk dalam kondisi segar maupun mengolahnya menjadi produk turunan yang lebih tahan lama dan bernilai jual lebih tinggi. Terdapat banyak peluang bagi industri pertanian yang memanfaatkan produk pertanian sebagai bahan baku untuk meningkatkan nilai tambah hasil pertanian sekaligus memperkuat keterkaitan hulu-hilir agribisnis (Pratiwi, 2025). Selain itu, sektor agroindustri turut membuka peluang dan ruang usaha baru bagi pelaku usaha di bidang pertanian.

Pisang (*Musa paradisiaca L.*) merupakan salah satu komoditas yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia dan digemari oleh mayoritas penduduk dunia. Sebagai tanaman buah tropis, pisang tumbuh subur di daerah lembap dengan curah hujan tahunan berkisar 1.500–2.500 mm, dengan pusat produksi di Pulau Jawa meski tersebar luas di seluruh Indonesia. Di antara berbagai komoditas buah, pisang tercatat memiliki tingkat produksi tertinggi secara nasional. Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia melaporkan bahwa produksi pisang pada tahun 2024 mencapai sekitar 9,6 juta ton, menjadikan pisang sebagai buah dengan volume produksi terbesar secara nasional (BPS Indonesia, 2025).

Tabel 1. 1 Data Produksi Pisang Di Indonesia

No	Tahun	Jumlah (Ton)
1	2017	7.162.680
2	2018	7.264.383
3	2019	7.280.658
4	2020	8.182.756
5	2021	8 741 147
6	2022	9.245.427
7	2023	9.335.232
8	2024	9.698.700

Sumber : Analisa Data Primer (BPS)

Data pada Tabel 1.1 memperlihatkan tren produksi pisang nasional yang terus meningkat dari 7.162.680 ton pada tahun 2017 menjadi 9.698.700 ton pada tahun 2024. Kenaikan tertinggi tercatat pada tahun 2020, yaitu sekitar 12,4 persen dibandingkan tahun sebelumnya, yang diduga berkaitan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi buah-buahan selama masa pandemi COVID-19. Meskipun laju peningkatan sempat melambat pada tahun 2023, tren jangka panjang tersebut menunjukkan bahwa pisang merupakan komoditas hortikultura dengan potensi pengembangan yang besar, baik dalam bentuk olahan pangan maupun produk turunan lainnya.

Pertumbuhan produksi yang konsisten ini mencerminkan peluang yang luas bagi pengembangan agroindustri pisang, sekaligus membuka peluang peningkatan ekspor dan penguatan sektor ekonomi berbasis pertanian. Selain memenuhi kebutuhan pangan nasional, petani dan pelaku agribisnis Indonesia dapat memanfaatkan sektor pisang sebagai sumber nilai tambah dan pendapatan yang lebih tinggi dengan dukungan yang tepat.

Tabel 1. 2 Data Produksi Buah-Buahan Di Tuban

Komoditas	2019 (Kw)	2020 (Kw)	2021 (Kw)	2022 (Kw)	2023 (Kw)	2024 (Kw)
Pisang	56.894	71.944	107.901	47.304	26.575,8	239.662
Mangga	380.503	566.192	456.566	688.449	528.247,8	644.286,7
Pepaya	10.167	13.436	13.876	9.571	9.818,8	11.799
Jeruk	111.794	122.189	86.262	75.233	64.970	144.376
Durian	126	187	218	264	162,65	122,1

Sumber : Analisa Data Primer (BPS)

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa pisang merupakan komoditas buah yang paling banyak dibudidayakan di Kabupaten Tuban. Selama ini, hasil budidaya tersebut sebagian besar hanya dimanfaatkan petani dengan menjualnya secara langsung kepada tengkulak, padahal hasil budidaya pisang sangat berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut agar dapat menghasilkan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Pengolahan pisang menjadi berbagai jenis produk olahan merupakan salah satu teknik untuk meningkatkan nilai ekonominya melalui kegiatan agroindustri, yaitu usaha untuk menciptakan produk olahan dalam bentuk barang jadi maupun setengah jadi yang bahan baku utamanya berasal dari hasil pertanian. Dengan kata lain, agroindustri memperkuat ekonomi lokal melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkelanjutan serta menambah nilai pada produk dan lapangan kerja (Judijanto dkk., 2025).

Rendahnya nilai jual produk pertanian tanpa pengolahan sebagian disebabkan oleh minimnya pengetahuan petani terhadap teknologi pengolahan. Sebab nilai tambah dapat dihasilkan pada setiap tahap pengolahan, kegiatan pengolahan menjadi pilihan penting untuk meningkatkan nilai jual produk dan pendapatan petani (Mulyawati dkk., 2025). Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi turut mendorong peningkatan inovasi pada pengolahan makanan, khususnya komoditas pertanian. Pisang segar umumnya dikonsumsi secara langsung, namun juga dapat diolah menjadi berbagai produk seperti pisang goreng, kue pisang, maupun keripik pisang. Karena mudah dibuat, memiliki umur simpan yang panjang, dan jangkauan pasar yang luas, keripik pisang menjadi salah satu jenis makanan olahan yang digemari dan populer di kalangan masyarakat dari berbagai kalangan, sehingga menciptakan peluang bisnis baru berbasis pemanfaatan pisang sebagai bahan baku pengolahan (Bastomi dkk., 2023).

Melimpahnya ketersediaan buah pisang di lingkungan sekitar menjadi salah satu faktor pendorong bagi UMKM D'Queen *Official* dalam mengembangkan usaha pengolahan keripik pisang. Karena pisang mudah rusak dan memiliki umur simpan yang terbatas, pengolahannya menjadi keripik merupakan cara yang tepat untuk memperpanjang umur simpan sekaligus meningkatkan nilai ekonominya. Kegiatan pengolahan ini menjadi metode untuk memanfaatkan hasil produksi lokal dengan kondisi ekonomi yang lebih menguntungkan sekaligus bentuk diversifikasi produk. Selain itu, pengolahan keripik pisang turut meningkatkan perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha di sektor agroindustri skala kecil.

Dari perspektif ekonomi, pengolahan pisang menjadi keripik sejalan dengan konsep nilai tambah yang dikemukakan oleh Hayami (1987), yaitu peningkatan nilai suatu komoditas yang dihasilkan dari proses produksi, baik melalui pengolahan, distribusi, maupun penyimpanan. Pada usaha keripik pisang, nilai tambah ditentukan oleh selisih antara nilai produk akhir dengan seluruh biaya bahan baku dan input lainnya, di luar biaya tenaga kerja, sedangkan selisih antara nilai produk akhir dan biaya bahan baku utama dikenal sebagai margin operasional. Perhitungan inilah yang menjadi dasar untuk menjawab rumusan masalah mengenai besarnya nilai tambah yang diperoleh UMKM D'Queen *Official* dari kegiatan usaha pengolahan keripik pisang.

UMKM D'Queen *Official* memilih usaha keripik pisang karena proses pengolahannya relatif sederhana, tidak memerlukan teknologi tinggi, serta dapat dilaksanakan dengan peralatan yang mudah dijangkau. Produk keripik pisang yang dihasilkan juga memiliki daya simpan yang cukup lama, bahkan tanpa tambahan bahan pengawet, hingga tiga bulan, sehingga memudahkan proses penyimpanan dan pemasaran. Ketersediaan bahan baku yang relatif stabil dan mudah didapat turut mendukung keberlangsungan proses produksi. Meskipun usaha ini telah beroperasi dan menghasilkan pendapatan, analisis kelayakan usaha tetap diperlukan untuk melihat apakah produksi keripik pisang layak dan menguntungkan dalam jangka panjang, sekaligus untuk menjawab rumusan masalah terkait tingkat kelayakan usaha UMKM D'Queen *Official*.

Selain aspek nilai tambah dan kelayakan usaha, keberlanjutan usaha keripik pisang juga sangat dipengaruhi oleh daya tarik produk di pasar, yang dapat dilihat dari preferensi konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Tingkat penerimaan

pasar tercermin dari preferensi konsumen, yang dipengaruhi oleh sejumlah karakteristik produk, termasuk rasa, kerenyahan, harga, kemasan, dan tampilan umum. Produk yang mampu memenuhi selera dan harapan konsumen akan memiliki peluang lebih tinggi untuk bersaing dan mempertahankan pangsa pasar, sehingga pemahaman terhadap preferensi konsumen menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran.

Pemahaman yang mendalam terhadap ketiga aspek tersebut—preferensi konsumen, kelayakan finansial, dan nilai tambah—sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan usaha sekaligus menjadi dasar pengambilan keputusan bagi pengembangan usaha ke depan. Atas dasar itulah penelitian ini dilaksanakan, yaitu untuk menilai sejauh mana pengolahan pisang menjadi keripik oleh UMKM *D'Queen Official* mampu menghasilkan nilai tambah secara ekonomi sekaligus layak secara finansial untuk terus dikembangkan, serta menyesuaikan produk agar selaras dengan selera pasar sehingga mampu meningkatkan permintaan dan mempertahankan nilai tambah yang diperoleh.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut produk keripik pisang UMKM *D'Queen Official*?
- 2) Bagaimana tingkat kelayakan usaha UMKM *D'Queen Official* dari kegiatan usaha pengolahan keripik pisang?
- 3) Berapakah nilai tambah yang didapat pada UMKM *D'Queen Official* dari kegiatan usaha pengolahan keripik pisang?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Menentukan preferensi konsumen terhadap atribut produk keripik pisang dari UMKM D'Queen *Official*.
- 2) Menganalisa kelayakan usaha UMKM D'Queen *Official* dalam memproduksi keripik pisang.
- 3) Menganalisa nilai tambah dari keripik pisang yang diproduksi oleh UMKM D'Queen *Official*.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Meneliti nilai tambah keripik pisang dari UMKM D'Queen *Official*.
- 2) Menyajikan fakta-fakta kepada pengusaha keripik pisang untuk dipertimbangkan saat mengembangkan usaha mereka.
- 3) Menyajikan informasi kepada pemerintah untuk dipertimbangkan saat merumuskan kebijakan untuk pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah.