

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN PENGEMBANGAN USAHA
PENGOLAHAN PERIKANAN SKALA USAHA MIKRO DI KOTA
MAKASSAR**

**The analysis of value added and development of micro-scale
fishery processing businesses in the City of Makassar**

NURFIKA RAMLI

L 012 21 1011



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

**THE ANALYSIS OF VALUE ADDED AND DEVELOPMENT OF
MICRO-SCALE FISHERY PROCESSING BUSINESSES IN THE
CITY OF MAKASSAR**

**Analisis Nilai Tambah Dan Pengembangan Usaha Pengolahan
Perikanan Skala Usaha Mikro Di Kota Makassar**

NURFIKA RAMLI

L 012 21 1011

TESIS

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Judul Thesis : Analisis Nilai Tambah Dan Pengembangan Usaha
Pengolahan Perikanan Skala Usaha Mikro Di Kota
Makassar

Nama Mahasiswa : Nurfika Ramli

Nomor Induk : L 012 21 1011

Program Studi : Ilmu Perikanan

Thesis telah diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Amiluddin S.Pi., M.Si

NIP. 19681220 20031 2 1 001

Dr. Sri Suro Adhawati S.E., M.Si

NIP. 19640417 199103 2 002

Dekan

Ketua Program Studi

Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan

Ilmu Perikanan



Satriuddin S.Pi., MP., Ph.D.

NIP. 19750611 200312 1 003

Dr. Ir. Badraeni, M.P.

NIP. 19651023 199103 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfika Ramli

NIM : L 012 21 1011

Program Studi : Ilmu Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

menyatakan bahwa thesis dengan Judul: "Analisis Nilai Tambah Dan Pengembangan Usaha Pengolahan Perikanan Skala Usaha Mikro Di Kota Makassar" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Di dalamnya tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali digunakan sebagai acuan dalam naskah ini, yang artinya sumber disebutkan sebagai referensi dan dituliskan pula di Daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat plagiasi dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan terkait (Permendiknas No. 17, tahun 2007).

Makassar, 26 Januari 2023



Nurfika Ramli
NIM. L 012 21 1011

PERNYATAAN KEPEMILIKAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfika Ramli

NIM : L 012 21 1011

Program Studi : Ilmu Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

menyatakan bahwa publikasi sebagian atau keseluruhan isi thesis pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai pemilik tulisan (*author*) dan Universitas Hasanuddin sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya dua semester (satu tahun sejak pengesahan tesis) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan thesis ini, maka pembimbing sebagai salah seorang dari penulis berhak mempublikasikannya pada jurnal ilmiah yang ditentukan kemudian, sepanjang nama mahasiswa tetap diikutkan.

Mengetahui,



Dr. Ir. Badraeni, M.P.

NIP. 19651023 199103 2 001

Makassar, 26 Januari 2023

Penulis



Nurfika Ramli

NIM. L 012 21 1011

ABSTRAK

NURFIKA RAMLI. Analisis Nilai Tambah dan Pengembangan Usaha Pengolahan Perikanan Skala Usaha Mikro di Kota Makassar (dibimbing oleh Amiluddin dan Sri Suro Adhawati).

Pengolahan perikanan dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah produk perikanan. Pengolahan berfungsi mengawetkan karena produk perikanan bersifat mudah rusak dan busuk. Beberapa pengolahan perikanan adalah pengolahan abon ikan, kerupuk ikan, ikan kering dan bakso ikan. Pengolahan tersebut memberikan nilai tambah baru dan prosesnya memerlukan biaya. Produk perikanan tersebut akan menghasilkan harga baru yang keuntungannya lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan menganalisis nilai tambah dan menyusun strategi pengembangan pada usaha pengolahan perikanan skala usaha mikro di Kota Makassar. Penelitian dilaksanakan pada Juli-September 2022 dengan menggunakan metode survey sebagai metode pengambilan data. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 11 usaha mikro. Data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan nilai tambah metode Hayami dan penyusunan strategi menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan nilai tambah produk abon ikan sebesar Rp42.790.23/ kg dengan rasio nilai tambah 35,31%. Nilai tambah yang dihasilkan produk ikan kering sebesar Rp8.533.51,1 kg dengan rasio nilai tambah 42,67%. Nilai tambah yang dihasilkan oleh produk kerupuk ikan sebesar Rp516.227/ kg dengan rasio nilai tambah 84,23%. Usaha pengolahan perikanan memiliki prospek pengolahan produk perikanan yang dapat dikembangkan. Hal ini terlihat dari jumlah return cost pada produk abon ikan sebesar 2,24, pada produk kerupuk ikan sebesar 1,81, pada produk ikan kering sebesar 1,70 dan pada produk bakso ikan sebesar 1,66 menunjukkan nilai RC-Ratio > 1 dan semua usaha tersebut baik untuk dijalankan. Strategi pengembangan usaha olahan produk perikanan pada usaha mikro di Kota Makassar dapat dikakukan dengan mempertahankan kualitas produk, meningkatkan teknologi dalam proses produksi, hingga membangun relasi pemasaran baik dalam negeri maupun luar negeri.

Kata kunci: olahan perikanan, nilai tambah, prospek usaha, pengembangan.

ABSTRACT

NURFIKA RAMLI. An Analyses of Value Added and Development of Micro-Scale Fisheries Processing Business in Makassar City (supervised by Amiluddin and Sri Suro Adhawati)

Fishery processing is carried out to increase the added value of fishery products that function to preserve fish because it is perishable and rotten. Some of the fisheries processing is the processing of shredded fish, fish crackers, dried fish and fish meatballs. The processing will provide a new value-added result that incurs costs, so it will issue a new price of products with higher profits. This study aims to analyze the added value and manage a development strategy for micro-scale fishery processing businesses in Makassar City. Research was conducted from July to September 2022 using the survey method as a data collection method. The sample was determined using purposive sampling method with a total sample of 11 attempts. The data were analyzed using the value-added analysis of the Hayarni method and strategizing used SWOT analysis. The results show that the added value of fish shredded products is Rp.42,790.39/kg with an added value ratio of 35.31%, The added value produced by dried fish products is Rp. 8,533.51/kg with a value-added ratio of 42.67%. The added value generated by dried fish products is IDR. 8,533.51/kg with a value- added ratio of 42.67%, and the added value generated by fish cracker products is Rp. 516,227/kg with a value-added ratio of 84.23%. The fishery processing business has the prospect of processing fishery products that can be developed as it can be seen from the four fishery products that have an RC - Ratio > 1 value, where all businesses are good to run. The strategy of developing a processed fishery product business in micro-enterprises in Makassar City can be done in various ways ranging from maintaining product quality, improving technology in the production process to building marketing relations both domestically and abroad.

Keywords: processed fishery, added value, business prospects, development.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat serta inayah-Nya, yang karena-Nya, penulis diberikan kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan tesis ini dengan judul “Analisis Nilai Tambah Dan Pengembangan Usaha Pengolahan Perikanan Skala Usaha Mikro di Kota Makassar” sebagai syarat untuk memperoleh gelar magister pada program studi Ilmu Perikanan, Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Pada penyusunan tesis ini tentunya penulis sadar akan banyak ditemukan kekurangan pada tesis ini. Baik itu dari segi kualitas maupun dari segi kuantitas bahan observasi yang penulis tampilkan. Dengan sepuh hati, penulis pun sadar bahwa tesis ini masih penuh dengan kekurangan dan keterbatasan, oleh sebab itu penulis memerlukan saran serta kritik yang membangun yang dapat menjadikan tesis ini lebih baik kedepannya.

Tesis ini penulis persembahkan untuk orangtua saya yang tercinta Ayahanda **Alm. Ramli** dan Ibunda **Rupina** yang telah tulus dan ikhlas memberikan kasih sayang, cinta, doa, perhatian, dukungan moral dan materil yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk mengasuh, mendidik, membimbing dan mengiringi perjalanan hidup penulis dengan dibarengi alunan doa yang tiada henti agar penulis dapat sukses kedepannya. Untuk Kakakku **Maratna Ramli, Ihya Jalaluddin, Darma, Alif Ramli** beserta **keluarga besarku** yang senantiasa mendukung dan memberi semangat selama ini semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada keluarga kita. Aamiin.

Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. **Dr. Amiluddin, S.P., M.Si** selaku Ketua Komisi Penasihat dan **Dr. Sri Suro Adhawati, S.E., M.Si** sebagai anggota komisi penasihat atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, mulai dari penyusunan proposal hingga selesainya penulisan tesis ini.

2. Tim penilai/ penguji, **Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si, Dr. Sitti Fakhriyah, S.Pi., M.Si** dan **Prof. Dr. Ir. Mardiana E Fachry, M.Si** yang telah banyak memberikan masukan dan saran.
3. **Dr. Ir. Badraeni, M.P.** selaku ketua program studi Magister Ilmu Perikanan yang telah memberikan arahan.
4. Sahabat-sahabat **widya Angreini, S.Pd, CCP, Sektor Alauddin** dan **Cabe** yang selalu memberikan support untuk penulis dalam keadaan apapun.
5. Teruntuk Teman-Temanku terkhusus kepada **Andi Desiah Pradilia, S.Pi., M.Si** dan **Nur Islah Sugianto, S.Pi** yang juga telah memberikan support dan kebersamai selama proses perkuliahan sampai memperoleh gelar magister.
6. **Seluruh responden** yang telah bersedia meluangkan waktunya kepada penulis untuk memberikan informasi dan data-data sampai pada penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap agar tesis ini bermanfaat dan memberi nilai untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Atas segala doa, dukungan dan jasa dari pihak yang membantu penulis, semoga mendapat berkat-Nya, Aamiin.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 26 Januari 2023

Nurfika Ramli

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEPEMILIKAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Produk Perikanan.....	7
B. UMKM.....	14
C. Konsep Pendapatan.....	16
1. Biaya.....	17
2. Penerimaan	18
3. Keuntungan.....	18
D. Nilai Tambah (Value Added).....	19
E. Analisis Usaha.....	21
1. Return Cost Ratio (R/C).....	21
2. Net Present Value (NPV).....	22
3. Benefit Cost Ratio (B/C).....	23
4. Internal Rate of Return (IRR).....	23
5. Payback Period	24
F. Bauran Pemasaran	25
1. Produk (<i>Product</i>).....	25
2. Harga (<i>Price</i>).....	26

3.	Tempat (<i>Place</i>).....	26
4.	Orang (<i>People</i>).....	27
5.	Promosi (<i>Promotion</i>)	27
6.	Bukti Fisik (<i>Physical evidence</i>)	28
7.	Proses (<i>Proccess</i>).....	28
G.	Analisis Pengembangan	29
H.	Penelitian Terdahulu	33
I.	Kerangka Berfikir	39
III.	METODE PENELITIAN	42
A.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	42
B.	Metode Penelitian.....	42
C.	Metode Pengambilan Sampel.....	42
D.	Metode Pengambilan Data	43
E.	Jenis dan Sumber Data.....	44
F.	Analisis Data	44
G.	Definisi Operasional	49
IV.	HASIL.....	52
A.	Keadaan Umum Lokasi.....	52
1.	Kondisi Geografi.....	52
2.	Kondisi Demografis	53
3.	Jumlah Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan di Kota Makassar	54
B.	Karakteristik Responden	55
1.	Umur Responden	55
2.	Tingkat Pendidikan.....	56
3.	Tanggungjawab Keluarga	57
4.	Pengalaman Bekerja.....	57
C.	Nilai Tambah Produk Perikanan	58
D.	Prospek Pengolahan Produk Perikanan.....	61
E.	Strategi Pengembangan Usaha Olahan Produk Perikanan Usaha Mikro	62
1.	Matrik Faktor Strategi Internal	64
2.	Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	66
V.	PEMBAHASAN.....	69
A.	Nilai Tambah Produk Perikanan	69
1.	Abon Ikan	69
2.	Kerupuk Ikan	71
3.	Ikan Kering	72

4. Bakso Ikan.....	74
B. Prospek Pengolahan Produk Perikanan.....	75
1. Analisis usaha	76
2. Bauran pemasaran.....	76
C. Strategi Pengembangan Usaha Olahan Produk Perikanan Usaha Mikro	82
1. Strategi factor internal.....	82
2. Strategi factor eksternal.....	84
3. Matriks SWOT.....	86
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks SWOT	32
Tabel 2 Jumlah Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan di Kota Makassar	43
Tabel 3 Perhitungan Nilai Tambah Dengan Menggunakan Metode Hayami	45
Tabel 4 Matriks Faktor Strategi Internal	47
Tabel 5 Matriks Faktor Strategi Eksternal	48
Tabel 6 Luas Wilayah Berdasarkan Luas Kecamatan di Kota Makassar	53
Tabel 7 Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan di Kota Makassar	54
Tabel 8 Jumlah Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan di Kota Makassar	55
Tabel 9 Karakteristik Responden Produk Hasil Perikanan Berdasarkan Tingkat Umur	56
Tabel 10 Karakteristik Responden Produk Hasil Perikanan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
Tabel 11 Karakteristik Responden Produk Hasil Perikanan Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	57
Tabel 12 Karakteristik Responden Produk Hasil Perikanan Berdasarkan Pengalaman Kerja.....	58
Tabel 13 Perhitungan Nilai Produk Hasil Perikanan Dengan Metode Hayami	59
Tabel 14 Prospek Pengolahan Produk Prikanan pada Usaha Mikro di Kota Makassar	62
Tabel 15 Faktor Internal Faktor Eksternal.....	63
Tabel 16 Matrik Analisis SWOT	64
Tabel 17 Matriks Faktor Strategi Internal	65
Tabel 18 Matriks Faktor Strategi Eksterna.....	66
Tabel 19 Nilai Matriks IFAS dan EFAS	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Analisis SWOT.....	30
Gambar 2 Kerangka Pikir	41
Gambar 3 Diagram Hasil Analisis SWOT	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Umum Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan.....	98
Lampiran 2 Biaya Tetap Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan.....	100
Lampiran 3 Biaya Variabel Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan.....	106
Lampiran 4 Biaya Total Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan.....	115
Lampiran 5 Penerimaan Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan.....	116
Lampiran 6 Nilai Tambah Usaha Mikro Produk Olahan Perikanan.....	117
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian	128
Lampiran 8 Kuesioner Penelitian	137

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hasil perikanan Indonesia, baik dalam bentuk segar maupun olahan, semakin diminati pasar dalam maupun luar negeri. Masalah yang dihadapi adalah produk ikan dalam bentuk segar dapat mengalami kemunduran mutu misalnya cepat membusuk. Oleh karena itu perlu upaya mempertahankan mutu dengan cara penanganan yang tepat agar ikan tetap sempurna atau dalam bentuk olahan. Bahkan dengan cara mengawetkan dan mengolahnya sehingga secara ekonomis nilai tambah produk juga meningkat (Sundari et al, 2017).

Kegiatan pengolahan ikan di Indonesia masih tergolong pengolahan ikan tradisional dan dilakukan pada skala industri rumah tangga (Herawati, 2002). Namun, pengembangan usaha kecil atau menengah saat ini menjadi perhatian, karena krisis ekonomi yang melanda Indonesia telah menimbulkan harapan pada usaha kecil-mikro untuk dapat menjadi motor perekonomian. Berdasarkan jenis olahannya maka UMKM di bidang perikanan didominasi oleh jenis olahan ikan pindang, ikan asin dan ikan asap sebanyak 67,0%, kerupuk ikan dan abon ikan sebanyak 17,9% terasi ikan dan tepung ikan 6,0% dan sisanya 4,9% olahan ikan segar dan ikan beku, serta 4,1% olahan bakso ikan, empek-empek ikan, dan otak-otak ikan (Ditjen PDSKP, 2015).

Kota Makassar merupakan salah satu wilayah yang mempunyai perairan yang menjadi basis kegiatan perikanan tangkap. Luas wilayah kota Makassar seluruhnya berjumlah kurang lebih 175,77 Km² daratan dan termasuk 11 pulau di selat Makassar ditambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 Km² (Pemprov Sulawesi Selatan). Salah satu kegiatan pemanfaatan sumber daya perikanan tangkap di Kota Makassar adalah usaha produksi dan pemasaran hasil perikanan. Dimana ikan juga merupakan bahan makanan yang banyak dikonsumsi masyarakat sehari-hari di samping peruntukan lain seperti ekspor dan industry.

Konsumsi produk-produk perikanan memberikan banyak manfaat besar bagi konsumen. Produk ikan misalnya merupakan bahan pangan sebagai penyuplai sumber protein hewani. Sedangkan pada bidang sosial ekonomi, untuk melihat kondisi gizi masyarakat serta keberhasilan pemerintah dalam pembangunan pangan, pertanian, kesehatan, dan sosial ekonomi secara

terintegrasi maka kecukupan energi dan protein dijadikan sebagai indikator. Kandungan mutu protein ikan sangat tergantung pada tinggi rendahnya kandungan asam amino esensial yang terkandung didalamnya. Kelengkapan komposisi asam amino yang dimiliki oleh protein ikan memiliki keunggulan dan kemudahan untuk dapat dicerna oleh tubuh manusia, selain itu kandungan omega 3 yang dimiliki oleh ikan juga menjadi penyumbang peningkatan kecerdasan seseorang. Untuk itu kelebihan yang dimiliki oleh protein hewani ini akan sulit untuk ditutupi dengan mengonsumsi protein nabati karena kurang lengkapnya kandungan asam amino esensial yang dimiliki. Protein hewani juga merupakan pembawa sifat keturunan dari generasi ke generasi sehingga peranan protein hewani dianggap sebagai agent of development bagi pembangunan bangsa, baik untuk masa sekarang maupun masa mendatang. Manfaat inilah yang menjadi salah satu minat dari masyarakat untuk mengonsumsi ikan.

Ikan segar memiliki sifat yang mudah rusak atau disebut juga perishable food. Setelah ikan ditangkap, akan timbul proses perubahan yang mengarah pada kerusakan. Proses perubahan pada tubuh ikan terjadi karena adanya aktivitas enzim, mikro organisme atau oksidasi oksigen. Setelah ikan mati, berbagai proses perubahan fisik maupun kimiawi berlangsung lebih cepat. Semua perubahan ini akhirnya mengarah ke pembusukan. Seluruh permukaan tubuh ikan yang sedang mengalami proses pembusukan dipenuhi lendir. Kondisi ikan pada saat masih hidup bakteri-bakteri itu ada di dalam usus, insang dan di permukaan tubuh ikan, namun dalam keadaan non aktif sehingga tidak menyebabkan rusaknya daging ikan. Tetapi setelah ikan mati dengan cepat bakteri-bakteri itu berkembang dan meningkat populasinya. Oleh karena itulah untuk mengantisipasi terjadinya kemunduran mutu daging ikan perlu dilakukan pengolahan atau pengawetan. Dengan adanya proses pengolahan, aktivitas mikroorganisme perusak atau enzim penyebab kemunduran mutu dan kerusakan ikan dapat dihentikan.

Usaha Mikro salah satu komponen dari sector industri pengolahan yang mempunyai sumbangan cukup besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan pemerataan pendapatan di Indonesia. Usaha Mikro umumnya merupakan usaha rumah tangga yang sebagian besar masih bercampur dengan tempat tinggalnya, dan masih memerlukan pembinaan yang terus-menerus agar

masalah yang dihadapi seperti masalah bahan baku, permodalan, pemasaran dan pengolahan dapat segera diatasi (Sari dan Karmini, 2019).

Proses produksi atau pengolahan berkaitan dengan penerapan teknologi dalam upaya meningkatkan produksi dan nilai tambah suatu komoditas. Apabila terjadi peningkatan nilai tambah maka harga komoditas juga akan mengalami peningkatan. Industri perikanan tangkap dan industri pengolahan ikan menjadi inti dari klaster industri perikanan karena pada kedua jenis industri tersebut terjadi aliran material (ikan) dan proses pertambahan nilai (Purwaningsih.R, 2015).

Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh dua factor utama yaitu bagaimana usaha dapat memenuhi keinginan konsumen dan bagaimana usaha memanfaatkan potensi atau sumberdaya yang dimiliki dengan baik untuk memenuhi permintaan, maka perlu dilakukan perencanaan produksi dan perencanaan kapasitas sumberdaya yang dibutuhkan. Perencanaan ini dilakukan untuk antisipasi terhadap perubahan-perubahan pada periode mendatang (Elisabeth dan Prasetiaswati, 2017).

Justifikasi mengenai pentingnya nilai tambah antara lain adalah bahwa ikan merupakan sumberdaya alam yang menjadi sumber penghidupan bagi berjuta-juta umat manusia dan sebagai sumber pendapatan negara. Oleh karena itu, eksploitasi sumberdaya ikan harus memberi manfaat ekonomi yang sebesar-besarnya, baik bagi para pelaku usahanya maupun bagi negara. Manfaat ekonomi sumberdaya ikan ditentukan oleh nilai (value) dari produk perikanan yang dihasilkan, semakin tinggi nilai suatu produk maka akan semakin tinggi pula manfaat ekonomi yang diperoleh. Sementara itu, nilai suatu produk ditentukan oleh kemauan konsumen untuk membayar (willingness to pay), dimana konsumen akan membayar lebih mahal bagi produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Direktorat Pengolahan HasilKKP, 2014). Kebutuhan konsumen terhadap ikan yang paling utama adalah sebagai sumber protein, sedangkan keinginannya bervariasi tergantung dari latar belakang ekonomi, sosial dan budaya konsumen yang bersangkutan. Dengan demikian, untuk mendapatkan nilai yang tinggi dari suatu produk perikanan maka fungsi ikan sebagai sumber protein harus benar-benar dijaga atau dengan kata lain kandungan proteinnya tidak boleh mengalami penurunan. Disamping itu, ikan yang telah

ditangkap/dipanen harus diperlakukan sedemikian rupa sehingga memenuhi preferensi konsumen yang dituju (Direktorat Pengolahan Hasil KKP, 2014).

Kecenderungan pilihan konsumen terhadap ikan yang utama adalah bentuk hidup, segar/dingin atau produk olahan prima, sehingga mereka bersedia membayar lebih mahal dibanding bentuk produk lainnya. Namun karena bentuk hidup dan segar/dingin mempunyai kendala teknis dalam distribusi, maka jangkauan pemasarannya terbatas. Oleh karena itu, pilihan konsumen lebih banyak kepada produk olahan. Hal inilah yang menjadikan industri pengolahan ikan mempunyai peranan penting dalam menentukan nilai hasil perikanan, yang pada gilirannya akan menentukan tingkat manfaat ekonomi sumberdaya ikan. Guna mendapatkan manfaat ekonomi yang tinggi, pengolahan ikan harus diorientasikan untuk menghasilkan produk yang bernilai tambah dan memiliki nilai jual tinggi. Upaya mengetahui nilai tambah produk perikanan yang sudah berkembang di Indonesia, perlu dilakukan identifikasi kondisi kini produk-produk yang dikategorikan memiliki nilai tambah hasil produksi unit-unit pengolahan yang terbesar di berbagai wilayah, khususnya yang dipasarkan di dalam negeri.

Usaha produk olahan perikanan di Kota Makassar sudah menerapkan strategi pemasaran dengan baik. Dapat dilihat pada proses produksi. Alur produksi yang telah dilakukan oleh kelompok usaha produk olahan perikanan di Kota Makassar, teratur sehingga lalu lintas area kerja bebas dan lancar. Usaha produk olahan perikanan di kota Makassar merupakan usaha yang bergerak dalam bidang makanan, menerapkan sanitasi dan hygiene dengan baik dalam proses produksi untuk menjaga kualitas produk (Sugianto, 2021). Faktor harga, kepercayaan, customer review/rating dan kualitas produk adalah faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk perikanan di kota Makassar (Indriani, 2021).

Dalam kegiatan proses produksi tak luput dari ketersediaan peralatan yang menunjang kegiatan produksi. Kelompok usaha produk olahan perikanan di Kota Makassar memiliki peralatan yang sesuai dengan kebutuhan produksi. Beberapa produk menggunakan peralatan yang relative sederhana sehingga untuk memulai usaha ini relatif tidak memerlukan biaya investasi yang besar (Sugianto, 2021). Oleh sebab itu, usaha pengolahan ikan ini bisa dilakukan

dalam skala usaha mikro. Hal ini membuat usaha ini sangat berpotensi dikembangkan.

Bahan baku ikan yang digunakan untuk pengolahan hasil perikanan mudah di dapatkan, produk yang diserap pasar, modal relatif terjangkau, dapat diproduksi di rumah dengan teknologi yang relatif sederhana dan dapat dikerjakan oleh pria maupun wanita. Usaha pengolahan hasil perikanan ini juga mudah dipelajari dan diaplikasikan sehingga tinggal kemauan yang kuat untuk menjadikan usaha yang bisa menggerakkan perekonomian masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan agroindustri pengolahan ikan memiliki nilai tambah daripada ikan segarnya saja. Sehubungan dengan hal tersebut untuk mengetahui lebih jauh mengenai nilai tambah pada produksi hasil perikanan dalam judul penelitian "Analisis Nilai Tambah Dan Pengembangan Usaha Produksi Hasil Perikanan Usaha Mikro Di Kota Makassar".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berapa besar nilai tambah yang dihasilkan dari usaha pengolahan perikanan skala usaha mikro di Kota Makassar?
2. Bagaimana prospek usaha pengolahan perikanan skala usaha mikro di Kota Makassar?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha pengolahan perikanan skala usaha mikro di Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian yang telah ditetapkan yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis nilai tambah yang dihasilkan dari usaha pengolahan perikanan skala usaha mikro di Kota Makassar.
2. Menganalisis prospek usaha pengolahan perikanan skala usaha mikro di Kota Makassar.
3. Menyusun strategi pengembangan usaha pengolahan perikanan skala usaha mikro di Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai pertimbangan oleh penentu kebijakan dalam menyusun strategi dan kebijakan pengembangan produk hasil perikanan di Kota Makassar yang dapat mendorong peningkatan nilai tambah juga kesejahteraan masyarakat. Dan Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pelengkap informasi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya mengenai nilai tambah terhadap suatu produk tertentu.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Produk Perikanan

Pengolahan perikanan adalah usaha produksi hasil perikanan/organisme yang hidup di air untuk tujuan komersial/industri baik hasil budidaya maupun hasil tangkap (Thrane et al, 2009). Usaha pengolahan ikan merupakan istilah umum yang mendefinisikan penanganan pasca produksi tangkap atau panen budidaya menggunakan sarana prasarana dan teknologi. Pengolahan perikanan dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah terhadap produk perikanan dan berfungsi untuk mengawetkan ikan karena bersifat mudah rusak dan busuk. Tingkat konsumsi masyarakat terhadap ikan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu tingkat pendapatan, selera masyarakat, ketersediaan produk perikanan dan sifat produk perikanan. Ketersediaan produk perikanan yang tidak merata dan sifat produk perikanan yang tidak tahan lama menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat.

Ikan segar bersifat mudah membusuk, setelah ditangkap ikan segar akan mengalami kekakuan dan kemudian diikuti oleh proses pembusukan. Oleh karena itu penanganan ikan harus dilakukan segera setelah ikan ditangkap atau dipanen agar kesegarannya tetap terjaga sehingga mutu ikan dapat dipertahankan dengan sebaik-baiknya. Untuk mengetahui tingkat kesegaran ikan, hal yang paling mudah dilakukan adalah dengan menggunakan panca indera. Ikan segar mempunyai bentuk tubuh yang utuh, warna cemerlang, bau normal tidak ada kecenderungan busuk, dan bila ditekan dengan jari tidak meninggalkan bekas. Kerusakan atau kemunduran mutu diawali oleh tanda-tanda Adanya penyimpangan dari keadaan normal, seperti terjadinya memar, daging lunak, dan terdapat lendir. Pada umumnya perubahan-perubahan dapat dikenali pada kenampakan, bau, warna dan rasa (Swastawati dan Ima, 2009). Oleh karena itu, diperlukan perlakuan khusus agar produk perikanan lebih tahan lama dan dapat didistribusikan secara merata di setiap wilayah di Indonesia.

Ikan segar memiliki sifat yang mudah rusak atau disebut juga perishable food. Setelah ikan ditangkap, akan timbul proses perubahan yang mengarah pada kerusakan. Agar ikan dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin, maka harus dijaga kondisinya. Salah satu cara untuk mempertahankan ikan dari proses pembusukan adalah dengan cara pengolahan. Dengan adanya proses

pengolahan, aktivitas mikroorganisme perusak atau enzim penyebab kemunduran mutu dan kerusakan ikan dapat dihentikan. Pengolahan yang dapat dilakukan misalnya dengan memanfaatkan penggunaan suhu tinggi maupun suhu rendah. Pengolahan dengan suhu tinggi digunakan untuk membunuh mikroba kontaminan yang terdapat pada ikan dan juga menghentikan aktivitas enzim dalam daging ikan. Proses pengolahan dengan suhu tinggi yaitu pengeringan, pemekatan, 3 pengasapan, dan proses sterilisasi yang biasa dilakukan dalam pengalengan ikan. Sedangkan pengolahan dengan suhu rendah lebih ditekankan untuk menjaga kesegaran ikan.

Pembekuan adalah cara yang paling banyak digunakan untuk mengolah hasil perikanan. Keunggulan paling utama dibanding cara pengolahan yang lain adalah kemampuan pembekuan dalam mengawetkan bahan baku atau produk hasil perikanan tanpa harus merubah sifat asli produknya. Pendinginan adalah pengolahan dengan cara menurunkan suhu ikan mendekati titik beku. Kondisi ini menunda kegiatan biokomiawi dan bakteriologis dari bahan baku, sehingga dapat memperpanjang daya awet atau masa simpan produk. Pembekuan adalah suatu cara pengolahan dengan mengurangi suhu produk dari temperatur asal sampai mencapai -18°C dan sebagian besar dalam tubuh telah berubah menjadi es produk akan menjadi lebih awet karena mikroba tidak dapat tumbuh dan enzim tidak aktif (Makhrus, 2017).

Dalam melakukan pembekuan, baik yang dilakukan dilaut (kapal) maupun yang dilakukan di darat (perusahaan/pabrik pengawetan ikan), tata cara tidak berbeda. Proses pelaksanaan awalnya adalah memisahkan ikan menurut ukurannya. Jadi, antara ikan ukuran kecil, sedang dan besar tidak tercampur menjadi satu. Blok-blok ikan harus mempunyai ukuran dan bentuk tertentu. Sistem pemberian etiket atau kode-kode warna harus dilakukan pada waktu yang memuat bahan baku untuk membantu identifikasi produk akhir. Bila dipakai alat pembeku yang horizontal, bahan baku harus dipak dalam pan pembeku atau alat lain agar didapatkan blok-blok ikan yang seragam. Bila digunakan alat pembeku plat yang vertikal, bahan baku harus dipak dengan baik diantara plat pembeku sehingga sedikit mungkin terdapat ruangan udara. Bila hasil perikanan dibekukan tanpa dibungkus terlebih dahulu, harus diatur dengan rapi dalam pan-pan aluminium, atau bahan-bahan lain yang sejenis.

Berdasarkan cara kerjanya, terdapat beberapa jenis alat-alat pembekuan antara lain sebagai berikut (Makhrus, 2017):

- a. Air Blast Freezing Freezer ini memanfaatkan udara dingin sebagai refrigerant. Alat ini terdiri dari beberapa tipe, yaitu tipe ruangan, terowongan dan tipe ban berjalan (belt conveyor)
- b. Contact Plate Freezing, sangat cocok untuk membekukan produk-produk perikanan yang dikemas dalam kotak-kotak persegi, dengan bobot 1-4 kg. Pada pembekuan sistem ini, produk yang dibekukan dijepit di antara dua plat berongga yang diisi refrigerant.
- c. Immersion freezing jenis freezer ini khusus digunakan untuk pembekuan ikan-ikan utuh seperti tuna (tongkol besar), udang dengan kepala. Cara pembekuannya yaitu dengan mencelupkan ikan kedalam larutan garam (NaCl) bersuhu -17°C atau dengan menyemprotkan ikan memakai brine dingin itu.
- d. Cryogenic freezing Cryogenic freezer adalah jenis freezer yang menggunakan CO_2 dan N_2 cair. Jenis freezer ini dapat menghasilkan suhu yang sangat rendah, yaitu -78°C untuk CO_2 cair dan -196°C untuk N_2 cair.
- e. Pembekuan dengan IQF freezer pembekuan dengan IQF (Individually Quick Frozen) freezer bertujuan agar tiap potong ikan atau udang menjadi beku tanpa menempel satu dengan lainnya. Olahan ikan atau jenis makanan lain masuk ke dalam freezer dengan conveyor pada suhu $5-10^{\circ}\text{C}$ dan keluar dalam keadaan beku dengan suhu -18° sampai -20°C , waktu pembekuan 20 menit sampai 45 menit tergantung pada ketebalan produk.

Pada proses pengolahan, seringkali ditambahkan bahan-bahan kimia baik alami maupun sintesis. Penambahan bahan-bahan kimia tersebut terkadang merupakan faktor krusial seperti penambahan garam, dan lain-lain hanya merupakan bahan tambahan makanan saja seperti penambahan antioksidan. Proses penambahan bahan-bahan kimia tersebut mempengaruhi perubahan yang terjadi selama pengolahan. Penggaraman merupakan proses pengawetan yang banyak dilakukan diberbagai negara, termasuk Indonesia. Proses penggunaan garam sebagai media pengawet, baik yang terbentuk kristal maupun larutan. Selama proses penggaraman, terjadi penetrasi garam kedalam tubuh ikan dan keluarnya cairan dari tubuh ikan karena perbedaan konsentrasi. Cairan itu dengan cepat dapat melarutkan kristal garam atau pengenceran

larutan garam, bersamaan dengan keluarnya cairan dari dalam tubuh ikan, partikel garam akan memasuki tubuh ikan. Lama kelamaan kecepatan proses pertukaran garam dan cairan semakin lambat dengan menurunnya konsentrasi garam diluar tubuh ikan dan meningkatnya konsentrasi garam di dalam tubuh ikan. Proses itu mengakibatkan pengentalan cairan tubuh yang masih tersisa dan mengumpulkan protein serta pengerutan sel-sel tubuh ikan sehingga sifat dagingnya berubah.

Ikan yang telah mengalami proses penggaraman, sesuai dengan prinsip yang berlaku, akan mempunyai daya simpan tinggi karena garam dapat berfungsi menghambat atau menghentikan reaksi autolisis dan membunuh bakteri yang terdapat dalam tubuh ikan. Garam juga merupakan bahan pembantu yang sengaja ditambahkan atau diberikan dengan tujuan untuk meningkatkan konsistensi, nilai gizi, cita rasa, mengendalikan keasaman dan kebasahan, serta dapat memantapkan bentuk dan rupa (Estiasih, 2011).

Masalah atau dampak negatif yang muncul dari kondisi ikan asin tersebut di Indonesia adalah ikan asin tidak dapat dikonsumsi oleh semua tingkatan umur karena sangat asin (berkadar garam tinggi), relatif keras, umumnya berduri, bahkan saat ini tidak semua lapisan masyarakat Indonesia mau mengkonsumsi ikan asin dan adanya hubungan antara garam dengan tekanan darah dan status sosial. Alternatif yang ditawarkan adalah mengatur dan mengurangi kadar garam sebelum dikonsumsi sekaligus mendiversifikasikan ikan asin menjadi produk pangan fungsional yang bermanfaat untuk kesehatan. Pengurangan kadar garam sebelum dikonsumsi dapat dilakukan dengan perendaman ikan asin dalam air atau dengan menambahkan bahan pengisi (filler) sehingga proporsi garam dalam produk akan menurun.

Produk yang berpotensi dapat mengatasi masalah ikan asin salah satunya adalah nugget. Pertimbangannya adalah nugget dapat dibuat dari bermacam-macam bahan, ditambahkan bahan pengisi, dan dapat menggunakan bermacam-macam bahan pengikat (binder). Nugget ikan juga mempunyai keunggulan yakni sehat dan bergizi, empuk, rasa bisa bervariasi, dan hampir semua tingkatan umur bisa mengkonsumsi, bisa dijual di pasar tradisional dan pasar modern (Hardoko, 2018).

Dasar pengeringan adalah terjadinya penguapan air ke udara karena perbedaan kandungan uap air antara udara dengan bahan yang dikeringkan.

Dalam hal ini, kandungan uap air udara lebih sedikit atau udara mempunyai kelembaban yang rendah sehingga terjadi penguapan. Tujuan pengeringan ikan untuk mengurangi kadar air dalam daging ikan sampai aktivitas mikroba pembusuk dan enzim menjadi terhenti. Dengan demikian, bahan yang dikeringkan mempunyai waktu simpan yang lebih lama tahan lama.

Proses pengeringan diperoleh dengan cara penguapan air, cara tersebut dilakukan dengan menurunkan kelembapan udara dengan mengalirkan udara panas di sekeliling bahan, sehingga tekanan uap air bahan lebih besar dari tekanan uap air di udara. Pengeringan ikan sebagai salah satu cara pengawetan yang paling mudah, murah, dan merupakan cara pengawetan yang tertua, di lihat dari segi penggunaan energi, pengeringan dengan sinar matahari dapat dianggap tidak memerlukan biaya sama sekali. Pengeringan akan bertambah baik dan cepat apabila sebelumnya ikan digarami dengan jumlah garam yang cukup untuk menghentikan kegiatan bakteri pembusuk, meskipun pengeringan itu akan mengubah sifat daging ikan dari sifatnya ketika masih segar, tetapi nilai gizinya relatif tetap (Aini, 2013).

Dasarnya, persiapan pengeringan sama dengan penggaraman pada proses pengolahan ikan asin. Secara umum, cara pengeringan bertujuan untuk mengurangi kadar airnya, hal itu dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Pengeringan dengan sinar matahari
- b. Pengeringan rumah kaca
- c. Pengeringan mekanis
- d. Pengeringan hampa udara
- e. Pengeringan beku
- f. Pengeringan terowongan
- g. Pengeringan dengan sinar Inframerah.

Salah satu metode pengawetan adalah dengan pengasapan. Pengasapan adalah salah satu usaha pengawetan bahan makanan tertentu, terutama daging dan ikan, bertujuan untuk mendapatkan produk ikan asap yang spesifik antara lain warnanya coklat, bau dan rasanya spesifik yang berdaya simpan relatif lama. Untuk mendapatkan ikan asap yang bermutu tinggi maka harus digunakan jenis kayu keras atau sabut dan tempurung kelapa, sebab kayu-kayu yang lunak akan menghasilkan asap yang mengandung senyawa-senyawa yang dapat menyebabkan hal-hal dan bau yang tidak diinginkan. Demikian pula

Seperti halnya dengan cara-cara pengawetan ikan lainnya, pengasapan tidak dapat menyembunyikan atau menutupi karakteristik-karakteristik dari ikan yang sudah mundur mutunya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan ikan asap yang bermutu baik harus menggunakan bahan mentah (ikan) yang masih segar.

Sebagian besar dari penyebab rendahnya mutu ikan asap ialah digunakannya ikan-ikan yang sudah hampir busuk yang akan menghasilkan produk akhir yang lembek, lengket dan permukaannya tidak cemerlang. Selain dari kesegarannya, faktor-faktor lainnya juga dapat menentukan mutu dari produk akhir, misalnya pengaruh musim dan kondisi ikan tersebut. Baru-baru ini telah ditemukan bahwa ikan asap yang dibuat dari ikan kurus yang baru bertelur mempunyai rupa dan rasa yang kurang memuaskan bila dibandingkan dengan ikan asap yang dibuat dari ikan-ikan gemuk dan dalam kondisi yang sangat baik. Pengasapan panas (hot smoking) adalah proses pengasapan ikan dimana akan diasapi diletakkan cukup dekat dengan sumber asap. Suhu sekitar 70–100°C, lamanya pengasapan 2 – 4 jam. Pengasapan panas dengan menggunakan suhu pengasapan yang cukup tinggi, yaitu 80-90° C. Karena suhunya tinggi, waktu pengasapan pun lebih pendek, yaitu 3-8 jam dan bahkan ada yang hanya 2 jam. Melalui suhu yang tinggi, daging ikan menjadi masak dan perlu diolah terlebih dahulu sebelum disantap. Suhu pengasapan yang tinggi mengakibatkan enzim menjadi tidak aktif sehingga dapat mencegah kebusukan. Proses pengawetan tersebut juga dikarenakan karena asap. Jika suhu yang digunakan 30-50° C maka disebut pengasapan panas dengan suhu rendah dan jika suhu 50-90°C, maka disebut pengasapan panas pada suhu tinggi (Rabiatul Adwyah, 2008).

Adapun menurut Made Astawan (2004) pengasapan dingin dilakukan pada suhu kurang dari 30° C, yaitu dengan cara meletakkan produk yang akan diasap terpisah jauh dari tungku sumber asap. Antara sumber asap dengan produk yang diasap dihubungkan dengan sebuah saluran tertutup. Karena suhu asap yang suhu rendah, pengasapan berlangsung lama antara 2-15 hari.

Asap liquid pada dasarnya merupakan asam cukanya (vinegar) kayu yang diperoleh dari destilasi kering terhadap kayu. pada destilasi tersebut, vinegar kayu dipisahkan dari tar dan hasilnya diencerkan dengan air lalu ditambahkan garam dapur secukupnya, kemudian ikan direndam dalam larutan asap tersebut selama beberapa jam. Faktor penting yang perlu diperhatikan

pada pengasapan liquid, adalah konsentrasi, suhu larutan asap, serta waktu perendaman, setelah itu ikan dikeringkan ditempat teduh (Rahmawati, 2012).

Pengalengan merupakan salah satu bentuk pengolahan dan pengawetan ikan modern yang dikemas secara hermetis dan kemudian disterilkan. Bahan pangan dikemas secara hermetis dalam suatu wadah baik kaleng, gelas, atau alumunium. Pengemasan secara hermetis dapat diartikan bahwa penutupannya sangat rapat, sehingga tidak dapat ditembus oleh udara, air, kerusakan oksidasi maupun perubahan cita rasa (Rabiatul Adawyah, 2008). Pengalengan ikan sarden ini umumnya dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan bahan baku ikan lokal dan dapat pula dipasok dari ikan impor untuk memenuhi kebutuhan produksi perusahaan. Dengan pengalengan yang dilakukan tersebut maka ikan mengalami peningkatan harga jual dan dapat dipasarkan ke masyarakat luas, tidak hanya di daerah tempat banyak ditemukannya ikan ini.

Pengalengan ikan merupakan salah satu pengawetan ikan dengan menggunakan suhu tinggi (sterilisasi) dalam kaleng. Pengalengan juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara pengawetan bahan pangan yang dikemas secara hermetis (kedap terhadap udara, air, mikroba dan benda asing lainnya) dalam suatu wadah yang kemudian disterilkan secara komersial untuk membunuh semua mikroba patogen (penyebab penyakit pada manusia khususnya) dan mikroba pembusuk (penyebab kebusukan atau kerusakan bahan pangan). Dengan demikian sebenarnya pengalengan memungkinkan terhindar dari kebusukan atau kerusakan, perubahan kadar air, kerusakan akibat oksidasi atau ada perubahan citarasa.

Pengalengan ini daya awet ikan yang diawetkan jauh lebih bagus dibandingkan pengawetan cara lain. Namun dalam hal ini dibutuhkan penanganan yang lebih intensif serta ditunjang dengan peralatan yang serba otomatis. Sebab dalam proses pengalengan, ikan atau hasil perikanan lain dimasukkan dalam suatu wadah yang ditutup rapat agar udara maupun mikroorganisme perusak yang datang dari luar tidak dapat masuk. Selanjutnya wadah dipanasi pada suhu tertentu dalam jangka waktu tertentu pula untuk mematikan mikroorganisme yang ikut terbawa pada produk yang dikalengkan.

Bahan baku yang dibutuhkan dalam pengalengan ikan terdiri dari dua jenis yaitu bahan utama dan bahan tambahan. Bahan utama merupakan bahan

langsung (direct material), yaitu bahan yang membentuk suatu kesatuan yang tidak terpisahkan dari produk jadi dan komponen penting dari suatu produk. Biasanya Bahan utama untuk produksi pengalengan berupa ikan lemuru dan tembang yang akan diolah menjadi sarden kaleng dan ikan scomber menjadi makarel kaleng namun produk perikanan lainnya juga bisa digunakan. Sedangkan untuk bahan tambahan merupakan bahan pelengkap yang melekat pada suatu produk.

B. UMKM

UMKM merupakan sentra pengembangan kegiatan ekonomi. Bappenas (2008) mengemukakan beberapa peranan UMKM dalam pembangunan. Pertama, peranan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja yang cukup signifikan dibanding dengan usaha besar, tetapi serapan PDB masih rendah disbanding dengan usaha besar. Peran yang kedua, UMKM mampu mengurangi tingkat kemiskinan. Perkembangan UMKM di Indonesia berpotensi menciptakan pertumbuhan terpadu yang tidak hanya mengandalkan trickledown effect berupa pertumbuhan ekonomi dan peningkatan lapangan kerja semata, melainkan juga dapat mendorong terwujudnya distribusi pendapatan yang lebih merata dan pengurangan tingkat kemiskinan (Sari dan Suprpto, 2018).

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut (Suci, 2017):

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau usaha yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau usaha yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah

dan bangunan tempat usaha; atau ii. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

C. Konsep Pendapatan

Menurut Perdana (2014), pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan pendapat sebagai imbalan atau penghasilan sebulan baik berupa uang maupun barang yang diterima oleh seseorang yang bekerja dengan status pekerjaan bebas di pertanian atau pekerja bebas di non pertanian. Pendapatan pedagang dalam penelitian ini disebut juga Total Revenue (TR) yang merupakan jumlah pendapatan yang diterima pedagang sebagai hasil dari total penjualan. Pendapatan dirumuskan sebagai hasil kali antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit (Gregory N. Mankiw, 2011: 332). Jika dirumuskan secara matematis adalah sebagai berikut: $TR = P \times Q$. Keterangan: TR = Total Revenue (penerimaan total) P = Price (harga barang) Q = Quantity (jumlah barang).

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan antara lain : (1) Kondisi dan kemampuan pedagang, kemampuan pedagang dalam transaksi jual beli yaitu mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekaligus memperoleh pendapatan yang diinginkan. (2) Kondisi pasar berkaitan dengan keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli yang ada dalam pasar tersebut, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut. (3) Modal, setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan sehingga pendapatan dapat meningkat. (4) Kondisi organisasi usaha, semakin besar suatu usaha akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan akan semakin besar dibandingkan dengan usaha yang lebih kecil. (5) Faktor lain yang mempengaruhi usaha berkaitan dengan periklanan dan kemasan produk. Dalam pasar jenis dagangan juga dapat mempengaruhi pendapatan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah besarnya penjualan produk dan harga jual produk. Pada umumnya, tujuan utama yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan adalah untuk memperoleh pendapatan. Volume penjualan merupakan faktor yang sangat penting mempengaruhi besar kecilnya pendapatan yang akan diperoleh. Untuk mendapatkan keuntungan penjualan yang maksimal. Kemudian untuk harga jual produk merupakan nilai yang berupa uang untuk menghargai setiap produk yang dihasilkan dari usaha.

Dalam teori ekonomi, pendapatan adalah hasil berupa uang yang diterima oleh perusahaan/perseorangan dari aktivitas usahanya. Menurut Mafut (2017), pendapatan merupakan arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama satu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi.

1. Biaya

Biaya adalah harga pokok yang telah memberikan manfaat dan telah habis dimanfaatkan. Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi baik berwujud maupun tidak berwujud yang dapat ditukar dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya merupakan salah satu factor penting dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual produksi (Firmawati, 2016).

Menurut Askar (2018) biaya produksi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Biaya Tetap/Fixed Cost (FC) adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh factor-faktor produksi yang sifatnya tetap, misalnya membeli tanah, mendirikan bangunan dan mesin-mesin untuk keperluan usaha. Jenis biaya ini tidak berubah walaupun jumlah barang atau jasa yang dihasilkan berubah-ubah.
- b. Biaya Variabel/Variable Cost (VC) merupakan besarnya biaya variabel yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi berubah-ubah sesuai dengan perubahan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan. Semakin banyak jumlah barang atau jasa yang dihasilkan maka semakin besar biaya variable yang dikeluarkan ataupun sebaliknya.
- c. Biaya Total/Total Cost (TC) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan proses produksi. Total Cost adalah hasil penjumlahan fixed cost dengan variable cost.

2. Penerimaan

Menurut Suratiyah (2015), penerimaan atau pendapatan kotor adalah seluruh pendapatan yang diperoleh dari usaha selama satu periode diperhitungkan dari hasil penjualan atau hasil penaksiran kembali. Pendapatan kotor sama dengan jumlah produksi (y) dikalikan dengan harga persatuan (py).

Terdapat da hal dalam memproduksi suatu barang yang menjadi focus utama dari seseorang pengusaha dalam rangka mendapatkan keuntungan yang maksimum, yaitu ongkos (cost) dan penerimaan (revenue). Penerimaan adalah jumlah uang yang diperoleh dari penjualan sejumlah output atau dengan kata lain merupakan segala pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan hasil dari penjualan hasil produksinya. Hasil total penerimaan dapat diperoleh dengan mengalihkan jumlah satuan barang yang dijual dengan harga barang yang bersangkutan (Firmawati, 2016).

Penerimaan atau pendapatan kotor adalah seluruh pendapatan yang diperoleh dari usaha selama satu periode diperhitungkan dari hasil penjualan atau hasil penaksiran kembali. Pendapatan kotor sama dengan jumlah produksi (y) dikalikan dengan harga persatuan (py) (firham,2019).

Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan maupun semakin tinggi harga per unit produksi yang bersangkutan, maka penerimaan total yang diterima produsen akan semakin besar. Sebaliknya jika produk yang dihasilkan sedikit dan harganya rendah maka penerimaan total yang diterima produsen semakin kecil.

3. Keuntungan

Keuntungan dari suatu usaha tergantung pada hubungan antara biaya produksi yang dikeluarkan dengan jumlah penerimaan dari hasil penjualan dengan pusat perhatian ditujukan bagaimana cara menekan biaya sewajarnya supaya dapat memperoleh keuntungan sesuai yang diinginkan, adapun biaya yang dikeluarkan adalah biaya tetap dan biaya variable. Keuntungan adalah jumlah yang diperoleh dari penerimaan hasil penjualan produksi setelah dikurangi dengan total biaya produksi pada periode tertentu, sehingga untuk menghitung jumlah keuntungan maka perlu diketahui jumlah penerimaan dan biaya yang dikeluarkan (Bangun, 2010).

D. Nilai Tambah (Value Added)

Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan atau penyimpanan dalam suatu proses produksi (penggunaan/pemberian input fungsional). Nilai tambah dipengaruhi oleh faktor teknis dan faktor pasar. Kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan serta tenaga kerja merupakan faktor teknis yang berpengaruh, sedangkan faktor pasar dipengaruhi oleh harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain (Sundari et al, 2017).

Definisi nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditi karena adanya input fungsional yang diberlakukan pada komoditi yang bersangkutan. Input fungsional tersebut berupa proses mengubah bentuk (form utility), memindahkan tempat (place utility) maupun menyimpan (time utility). Nilai tambah merupakan selisih antara nilai komoditas yang mendapatkan perlakuan pada tahap tertentu dikurangi dengan nilai korbanan yang digunakan selama proses produksi berlangsung. Nilai tambah dipengaruhi oleh dua factor, yaitu faktor teknis dan faktor ekonomis. Faktor teknis dipengaruhi oleh kapasitas produksi, jumlah bahan baku, dan tenaga kerja yang digunakan. Faktor ekonomis dipengaruhi oleh harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku, dan harga input lain (Sundari et al, 2017).

Metode nilai tambah (value added) merupakan salah satu indikator terpenting yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi perusahaan dan mencerminkan kekuatan ekonominya. Terdapat sejumlah penelitian yang telah dilakukan untuk menghitung nilai tambah, diantaranya analisis input-ouput, analisis Economic Value Added dan Metode Hayami (Aji et al , 2018).

Nilai tambah pada pengolahan ikan dipengaruhi oleh harga output, sumbangan input lainnya, dan harga bahan baku. Berdasarkan perhitungan nilai tambah menggunakan metode hayami yang diperoleh rasio nilai tambah. Nilai tambah dan keuntungan yang diperoleh industri pengolahan ikan sangat dipengaruhi oleh biaya produksi yang digunakan. Agar memperoleh nilai tambah dan keuntungan yang besar maka industri pengolahan ikan harus lebih mengefisienkan biaya produksi yang digunakan (Aji et al , 2018).

Perhitungan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan suatu produk dapat menggunakan metode Hayami. Kelebihan dari analisis nilai tambah dengan metode Hayami adalah :

- a. Dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output dan produktifitas.
- b. Dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi.
- c. Prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat diterapkan untuk subsistem lain diluar pengolahan, misalnya kegiatan pemasaran.

Distribusi nilai tambah berhubungan erat dengan teknologi yang diterapkan dalam proses pengolahan, kualitas tenaga kerja, dan bahan baku. Bila teknologi padat karya yang dipilih, maka proporsi untuk bagian tenaga kerja yang lebih besar daripada proporsi terhadap keuntungan perusahaan. Apabila padat modal, maka yang terjadi adalah sebaliknya, yaitu proporsi untuk bagian tenaga kerja lebih kecil. Besar kecilnya imbalan terhadap tenaga kerja tergantung pada kualitas tenaga kerjanya. Apabila faktor konversi bahan baku terhadap produk akhir berubah, maka yang terjadi adalah adanya perubahan kualitas bahan baku atau perubahan teknologi.

Pengolahan hasil pertanian menjadi produk agroindustri ditunjukkan untuk meningkatkan nilai tambah komoditas tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan adalah faktor teknis yang meliputi kualitas produk, penerapan teknologi, kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja serta faktor non-teknis yang meliputi harga output, upah kerja, harga bahan baku, dan nilai input selain bahan baku dan tenaga kerja. Faktor produksi tinggi maka harga akan turun. Karena harga turun maka pendapatan teknis akan berpengaruh terhadap penentuan harga jual produk, sementara faktor nonteknis akan berpengaruh terhadap faktor konversi dan biaya produksi. Komoditi pertanian dapat juga disebut sebagai barang primer, yang biasanya apabila menjadi berkurang. Apabila agroindustri dikembangkan maka akan mendapatkan nilai tambah yang tinggi pula, serta dapat meningkatkan permintaan yang lebih besar dari produk pertanian dan sebaliknya. Tidak hanya bentuk primer yang diminta tetapi juga bentuk sekunder sebagai hasil olahan.

Dasar perhitungan dan analisis nilai tambah per kg hasil, standar harga yang digunakan untuk bahan baku dan produksi ditingkat pengelolah/produsen. Nilai tambah juga menjelaskan mengenai imbalan bagi tenaga kerja, modal dan manajemen, secara matematis faktor – faktor yang mempengaruhi nilai tambah dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{Nilai Tambah} = f(K, B, T, U, H, h, L)$$

K = Kapasitas Produksi (Kg)

B = Bahan Baku yang Digunakan (Kg)

T = Tenaga Kerja yang Digunakan (HKP)

U = Upah Tenaga Kerja (Rp)

H = Harga Output (Rp)

h = Harga Bahan Baku

L = Nilai Input Lain

Ada kelebihan dan kekurangan dari analisis nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami. Kelebihan menggunakan perhitungan analisis nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami antara lain dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemiliki-pemilik faktor-faktor produksi, dan prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat diterapkan pula lain diluar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran sedangkan kelemahan dari analisis nilai tambah pada metode Hayami, pendekatan rata-rata tidak tepat jika diterapkan pada unit usaha yang menghasilkan banyak produk dari satu jenis bahan baku, tidak dapat menjelaskan produk sampingan, sulit menentukan perbandingan yang dapat digunakan untuk menyimpulkan apakah balas jasa terhadap pemilik faktor produksi tersebut sudah layak.

E. Analisis Usaha

Analisis usaha digunakan untuk menganalisis prospek dan kelayakan suatu usaha dari segi keuangan. Analisis usaha dapat memberikan perhitungan secara kuantitatif usaha pengolahan hasil perikanan. Analisis finansial dilakukan dengan menggunakan kriteria– kriteria penilaian investasi yaitu RC - Ratio untuk perhitungan jangka pendek dan NPV, IRR, Net B/C, dan Payback period untuk perhitungan jangka panjang.

1. Return Cost Ratio (R/C)

Studi peluang atau prospek usaha adalah suatu studi untuk melakukan penelitian terhadap instansi pada proyek tertentu yang sedang atau akan dilaksanakan. Studi ini digunakan untuk memberikan arahan apakah investasi pada proyek tertentu itu memiliki peluang layak dilaksanakan atau tidak. Atas

dasar risk and uncertainty (risiko dan ketidakpastian) dimasa yang akan datang (Askar, 2018).

R/C adalah singkatan dari Return Cost Ratio atau dikenal sebagai perbandingan antara total penerimaan dan total biaya. Untuk mengetahui kelayakan usaha dengan persamaan:

$$E_p = RC - \text{Ratio}$$

Keterangan:

E_p = Peluang Usaha

R = Total Revenue atau Penerimaan Total (Rp/tahun)

C = Total Cost (Rp/tahun)

Kriteria RC - Ratio:

$R/C < 1$ = tidak efisien

$R/C > 1$ = efisien

RC - Ratio adalah perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total. Semakin besar RC - Ratio maka akan semakin besar pula keuntungan yang diperoleh.

2. Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) merupakan analisis dari manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan dari suatu usahatani yang dilihat dari nilai sekarang arus kas bersih yang diterima terhadap nilai sekarang dari jumlah investasi yang dikeluarkan. Arus kas bersih merupakan keuntungan bersih usahatani ditambah dengan penyusutan, sedangkan jumlah investasi merupakan jumlah total biaya yang dikeluarkan untuk biaya pengadaan seluruh input yang digunakan dalam kegiatan usahatani. Net Present Value (NPV) merupakan selisih antara present value kas bersih dengan present value investasi selama umur investasi. Usulan-usulan proyek akan dapat diterima apabila nilai npv lebih dari nol ($NPV > 0$), apabila hasil perhitungan nilai NPV kurang dari nol ($NPV < 0$), maka usulan proyek tidak diterima atau ditolak, dan apabila hasil perhitungan

nilai NPV sama dengan nol ($NPV=0$), maka perusahaan dalam keadaan dalam keadaan BEP (Break Even Point). Bentuk persamaan secara matematis adalah sebagai berikut :

$$NPV = PVB - PVC$$

Keterangan :

$NPV = \text{Net Present Value}$

$PVB = \text{Present Value of Benefit}$

$PVC = \text{Present Value of the Cost}$

3. Benefit Cost Ratio (B/C)

Benefit Cost Ratio (B/C) diperoleh dari hasil perhitungan antara jumlah sekarang dari pendapatan dan nilai sekarang dari biaya, sepanjang usaha tersebut berjalan. Apabila didapat nilai B/C Rati lebih besar dari pada satu maka usaha layak untuk diteruskan, dan jika lebih kecil dari pada satu maka usaha tersebut tidak layak diteruskan.

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Kriteria yang digunakan adalah :

B/C Ratio > 1 , berarti usaha menghasilkan keuntungan sehingga layak untuk dijalankan

B/C Ratio = 1, berarti usaha tidak untung dan tidak rugi (Impas)

B/C Ratio < 1 , berarti usaha mengalami kerugian sehingga tidak layak untuk dijalankan.

4. Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah tingkat penghasilan atau biasa disebut dengan investment rate yang menggambarkan tingkat keuntungan dari proyek atau investasi dalam persen (%) pada angka NPV sama dengan nol (0). Intinya, IRR merupakan suatu tingkat discount rate yang menghasilkan NPV sama dengan nol. Secara sederhana IRR merupakan tingkat bunga yang menggambarkan bahwa antar benefit (penerimaan) yang telah dipresent valuekan dan cost (pengeluaran) yang telah dipresent valuekan sama dengan nol.

IRR ialah nilai dari discount rate yang mana hasil akhir dari NPV dari analisis cost dan benefit yang bernilai nol atau dapat dikatakan merupakan kondisi dimana cost dan benefit dari suatu kegiatan usahatani bernilai sama. IRR merupakan bagian yang penting untuk mengukur dan melakukan penilaian terhadap discount rate yang telah ditetapkan dalam analisis cost dan benefit dalam suatu kegiatan usahatani sehingga dapat diketahui apakah nilainya menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah (Saeri, 2018).

5. Payback Period

Payback Period adalah jangka waktu kembalinya seluruh jumlah investasi modal yang ditanamkan dan dihitung dari permulaan proyek sampai dengan arus nilai produksi setiap tambahan, sehingga mencapai jumlah keseluruhan investasi modal yang ditanam. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Payback Period} = \frac{I}{AB}$$

Keterangan :

I = Besarnya biaya investasi yang diperlukan

AB = Manfaat bersih yang diperoleh setiap tahunnya

Payback period adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas neto. Dengan demikian payback period dari suatu investasi dapat menggambarkan lamanya waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya (Hapsari, 2015).

Perhitungan payback period adalah jumlah investasi dikurangi kas bersih tahun ke- 1 kemudian sisa pengurangan dikurangi dengan kas bersih tahun ke-2 dan sisanya terus dikurangi kas bersih sampai tahun ke-n, apabila sisanya daritahun pengurangan sudah tidak bisa dikurangi lagi dengan kas bersih tahun ke-n maka sisa pengurangan tersebut dibagi dengan kas bersih tahun ke-n kemudian hasilnya dikalikan dengan 1 tahun. Adapun kriteria dalam perhitungan payback period adalah sebagai berikut (Prasetyo et al., 2016) :

Nilai Payback Periode < 3 Tahun = Pengembalian modal usaha cepat

Nilai Payback Periode 3 – 5 Tahun = Pengembalian modal usaha sedang

Nilai Payback Periode > 3 Tahun = Pengembalian modal usaha lambat

F. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi merupakan salah satu alat strategi pemasaran yang pada aplikasinya memerlukan pemahaman mendalam dari perusahaan untuk mengkombinasikan faktor-faktor tersebut untuk memaksimalkan kesuksesan aktivitas pemasaran perusahaan (Hintze, 2015). Istilah Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) mengacu pada panduan strategi produk, harga, distribusi, promosi yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju (Rantian, 2015).

Oleh karena itu, bauran pemasaran adalah unsur atau elemen internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi. Dengan kata lain bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan oleh perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Darmilayanti, 2018).

Salah satu jenis strategi pemasaran adalah strategi bauran pemasaran (marketing mix) yaitu cara untuk mencapai tujuan pemasaran dengan melakukan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran barang dan jasa. Strategi bauran pemasaran dirancang secara terintegrasi untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran yang terdiri dari product, price, place, promotion, people, process, physical evidence (Nana Herdiana, 2015: 16).

1. Produk (*Product*)

Produk (*Product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau suatu kebutuhan (Rantian, 2015).

Produk juga dijadikan sebagai dasar yang mampu berdampak pada konsumsi (Pomering, 2017). Bauran produk merupakan upaya melakukan diferensiasi pemasaran produk di mata konsumen untuk memudahkan konsumen mengenali produk yang dipasarkan perusahaan (Sadeli et al, 2016). Bauran produk merupakan kumpulan dari jenis dan lini produk yang disediakan perusahaan. Atribut produk yang digunakan dalam proses persuasi kepada

konsumen untuk model pembelian konvensional dan pembelian daring (*online*) menggunakan dasar yang sama dalam atribut namun disampaikan kepada konsumen dengan cara berbeda. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat berupa kombinasi berbagai tingkatan bahan dan proses yang akan memberikan dampak pada perbedaan orientasi perusahaan dalam memproduksi produk tersebut (Pomering, 2017).

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu faktor penentu bagi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Harga dalam bauran pemasaran merupakan *variable* satu-satunya yang menjadi pemasukan suatu usaha dagang, oleh karena itu sangatlah penting bagi kelompok dalam menentukan kebijakan penetapan harga sehingga adanya laba yang menjadi pemasukan bagi kelompok (Moensaku dan Kuneb, 2016).

Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu yang diukur dalam satuan (Rp). Selain harga juga memegang peranan penting dalam proses pertukaran di dalam pemasaran. Meskipun total biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu produk seringkali jarang terlihat pada keputusan penentuan harga akhir yang dilakukan oleh perusahaan (Pomering, 2017).

3. Tempat (*Place*)

Tempat (*place*) adalah wadah yang digunakan untuk memasarkan suatu produk. *Place* merupakan salah satu faktor penting dalam marketing agar pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan produk yang ditawarkan dapat dengan mudah didapatkan oleh konsumen yang membutuhkan (Darmilayanti, 2018).

Place (tempat atau saluran distribusi) adalah alat bauran pemasaran yang termasuk didalamnya berbagai kegiatan yang dilakukan untuk membuat produk agar diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran untuk membawa produk ke pasar sebagian produsen bekerjasama dengan perantara (Kadri, 2009).

4. Orang (*People*)

Orang-orang merupakan unsur penting, baik dalam produksi maupun penyampaian kebanyakan jasa. Orang-orang secara bertahap menjadi bagian diferensiasi yang mana perusahaan-perusahaan jasa mencoba menciptakan nilai tambahan dan memperoleh keunggulan kompetitif.

People berarti orang yang melayani ataupun yang merencanakan pelayanan terhadap para konsumen. Karena sebagian besar jasa dilayani oleh orang maka orang tersebut perlu diseleksi, dilatih, dimotivasi sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Setiap karyawan harus berlomba-lomba berbuat kebaikan terhadap konsumen dengan sikap, perhatian, *responsive*, inisiatif, kreatif, pandai memecahkan masalah, sabar, dan ikhlas. Sedangkan Kotler mengungkapkan bahwa *people* menyangkut perilaku unsur pimpinan dan karyawan atau tenaga edukatif, sebagai *service provider*.

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, orang atau *people* merupakan *asset* utama yang berfungsi sebagai *service provider* yang sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Karenanya keputusan dalam merekrut orang ini sangat berhubungan dari hasil seleksi dengan standar kualitas yang optimal, hasil pelaksanaan *training*, pemberian motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Staf yang berinteraksi dengan pelanggan dan melayani mereka termasuk dalam *people* (Sunyoto & Susanti, 2016).

5. Promosi (*Promotion*)

Promosi (*promotion*) adalah upaya untuk menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan dan produksi (Darmilayanti, 2018).

Suatu produk walaupun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen untuk menciptakan permintaan atas produk itu kemudian dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi, yang merupakan salah satu bauran pemasaran.

Promotion (promosi) adalah salah satu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Mempengaruhi konsumen dapat dilakukan dengan cara mengkomunikasikan keunggulan produknya untuk membujuk pelanggan sasaran agar mau membeli. Apabila perusahaan berhasil dalam mengkomunikasikan keunggulan produknya, maka akan mendapatkan perhatian dari konsumen terhadap produk yang dipasarkan. *Promotion* juga merupakan komunikasi dari pada pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat merek atau memperoleh suatu respon (Rantian, 2015).

6. Bukti Fisik (Physical evidence)

Physical evidence yaitu sejumlah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan aktifitasnya sehingga berbagai tawaran yang ditunjukkan pada pasar sasarnya dapat diterima secara efektif dan efisien, yakni antara lain fasilitas parkir, pertamanan, *wireless internet* atau *hotspot* dan lainnya. *Physical evidence* ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan pelanggan, untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Zeitzmal and Bitner mengungkapkan bahwa *physical evidence* merupakan sarana fisik, lingkungan terjadinya penyampaian jasa, antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan. Pada sebuah lembaga atau perusahaan yang merupakan *physical evidence* ialah gedung atau bangunan, dan segala sarana dan fasilitas yang terdapat didalamnya. *Physical evidence*, mencakup fitur fisik yang mencerminkan kualitas layanan, misalnya dekorasi, seragam karyawan, dan kualitas komunikasi.

7. Proses (Process)

Proses Merupakan seluruh prosedur, mekanisme dan suatu kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan persoalan-persoalan keleluasaan karyawan.

Proses adalah “menciptakan dan memberikan jasa kepada konsumen, merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran.” Pada ekonomi manajemen jasa, pelanggan akan memandang sistem pemberian jasa tersebut sebagai

bagian dari jasa itu sendiri. Semua kegiatan pekerjaan adalah bagian dari suatu proses. Proses ini dapat meliputi berbagai mekanisme yang ada, seperti: adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas

G. Analisis Pengembangan

Analisis SWOT terdiri atas 4 (empat) faktor sebagai berikut:

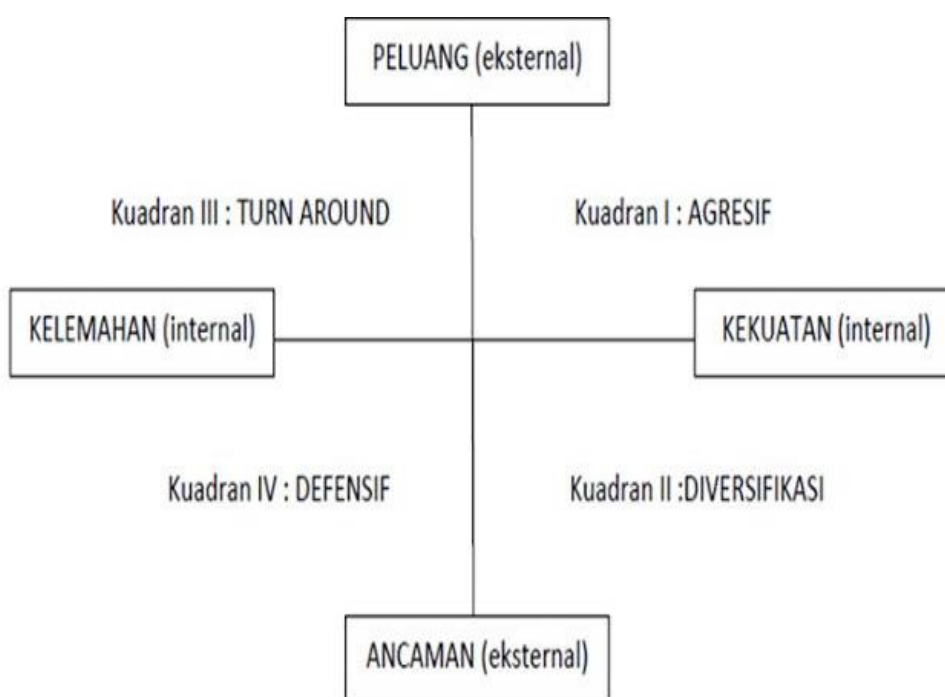
- a. **Strength (Kekuatan)** Strength merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri.
- b. **Weakness (Kelemahan)** Weakness merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri.
- c. **Opportunities (Peluang)** Opportunities merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri misalnya, competitor, kebijakan pemerintah, dan kondisi lingkungan sekitar.
- d. **Threats (Ancaman)** Threat merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri.

Penggunaan analisis SWOT yang efektif memberikan 4 manfaat bagi manager dalam membuat strategi pemasaran; 1) *simplicity*: analisis SWOT tidak memerlukan training khusus atau keterampilan teknis; 2) *collaboration*: karena sederhananya, analisis SWOT mendorong adanya kerjasama dan pertukaran informasi antara manager dari area fungsional yang berbeda; 3) *flexibility*: dapat membesarkan kualitas perencanaan strategi organisasi meskipun tanpa sistem informasi pemasaran; 4) *integration*: analisis SWOT dapat berhubungan dengan berbagai macam sumber informasi (Srinadi, 2016).

Dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat nelayan terutama dilihat dari segi pendapatan, perlu dilakukan analisis secara menyeluruh. Alat yang akan dipakai adalah analisis SWOT secara sistematis untuk merumuskan strategi yang tepat. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman

(Threats). Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor pengembangan usaha (kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman).

Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan internal. Gambar berikut menunjukkan diagram analisis SWOT (Rangkuti, 2015) :



Gambar 1 Diagram Analisis SWOT

Kuadran I (positif, positif) :

Ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II (positif, negatif) :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah

menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III (negatif, positif) :

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat membuat pasar yang lebih baik (turn around).

Kuadran IV (negatif, negatif) :

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (defensive).

Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST dan WT. Perencanaan usaha yang baik dengan metode SWOT dirangkum dalam matrik SWOT sebagai berikut (Rangkuti, 2015) :

Tabel 1 Matriks SWOT

OT	SW Tentukan faktor-faktor kekuatan eksternal	STRENGTHS (S) Tentukan faktor-faktor kekuatan eksternal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor-faktor kelemahan eksternal
	OPPORTUNIES (O) Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman	

Sumber : Rangkuti (2015)

Berdasarkan matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan dengan menghindari ancaman eksternal.

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian Talumesang et al (2020) dengan judul Analisis Nilai Tambah Pada Produk Pengalengan Ikan Tuna Di Pt.Samudra Mandiri Sentosa, Kota Bitung, Provinsi Sulawesi Utara, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis nilai tambah pada produk pengalengan ikan tuna di PT. Samudra Mandiri Sentosa, Kota Bitung, Provinsi Sulawesi Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Data yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan menggunakan kuesioner dan observasi langsung ke lapangan. Pengambilan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sampling, adapun pengambilan sampling menggunakan metode purposive sampling dengan responden yaitu manajer dibidang produksi perusahaan PT. Samudra Mandiri Sentosa, Kota Bitung, Provinsi Sulawesi Utara yang merupakan informan untuk topik penelitian. Data sekunder merupakan data pendukung pada data primer yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis baik dari instansi terkait, perusahaan maupun pustaka yang berhubungan dengan analisis nilai tambah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif yang digunakan untuk memberi gambaran serta keterangan mengenai produk pengalengan ikan tuna dengan menggunakan kalimat penulis secara sistematis dan mudah dimengerti sesuai dengan data yang diperoleh. Data yang digambarkan dalam analisis deskriptif kualitatif berupa keadaan umum industri perikanan kota Bitung, keadaan umum dan struktur organisasi perusahaan PT. Samudra Mandiri Sentosa, pekerja dan produk perusahaan serta kegiatan

pengolahan. Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan guna menganalisis nilai tambah produk pengalengan ikan tuna. Analisis data dibantu dengan menggunakan software microsoft excel. Secara sistematis fungsi nilai tambah (NT) menggunakan metode Hayami dapat di rumuskan sebagai berikut : $NT = f(T, H, U, h)$.

Penelitian Putri (2020), dengan judul Analisis Bagi Hasil, Pendapatan Dan Nilai Tambah Usaha Tambak Ikan Bandeng Di Kabupaten Pinrang, bertujuan untuk Menganalisis proporsi pendapatan pemilik lahan dan penggarap tambak ikan bandeng di Kabupaten Pinrang dan menganalisis nilai tambah dari berbagai jenis produk ikan bandeng yang diolah oleh industri rumah tangga pengolah ikan bandeng di Kabupaten Pinrang. Responden yang digunakan 84 orang dan 1 industri rumah tangga. Analisis data yang digunakan ialah metode deskriptif kualitatif data dan informasi, analisis kuantitatif dengan menggunakan rumus pendapatan dan metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan Sistem bagi hasil dilakukan dalam bentuk perjanjian lisan yang disepakati oleh pemilik lahan dan penggarap, Ada 4 jenis Sistem bagi hasil yang digunakan, yaitu pola-1 (50:50), pola-2 (80:20), pola-3 (90:10) dan pola-4 (60:40). Dari ke 4 pola bagi hasil dimana pola-1 menguntungkan bagi pemilik karena memperoleh pendapatan sama besar dengan penggarap. Untuk pola -2, dan -4 menguntungkan bagi penggarap karena pendapatan yang diperoleh lebih besar dari pemilik dan resiko gagal panen ditanggung kedua belah pihak, untuk pola-3 penggarap memperoleh keuntungan lebih kecil dari pemilik tetapi resiko gagal panen sepenuhnya ditanggung oleh pemilik. Nilai tambah yang dihasilkan pengolahan produk ikan tanpa tulang dengan ukuran kecil Rp. 3.450,-/ekor, ukuran sedang Rp. 6.182,-/ekor, ukuran besar Rp. 15.972,-/ekor, produk abon tulang ikan Rp. 41.991,-/bungkus dan produk Bakso Rp. 60.923,-/bungkus. Ini menunjukkan bahwa pengembangan industri olahan ikan bandeng memberikan nilai tambah (positif).

Penelitian Safitri (2020) dengan judul Analisis Nilai Tambah Dan Pemasaran Usaha Terasi Udang (Studi Kasus Agroindustri Passiana' Di Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai tambah yang dihasilkan dari produk terasi udang dan saluran pemasaran dari usaha terasi udang. Metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan responden dilakukan dengan cara purposive. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi yaitu dengan

mengamati langsung keadaan di lapangan, wawancara dengan pemilik agroindustri dan dokumentasi yaitu mengabadikan sesuatu dalam bentuk gambar. Analisis data yang digunakan adalah analisis pendapatan dan analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tambah dari usaha terasi udang yaitu sebesar Rp. 16.729,75 dengan rasio nilai tambah sebesar 24,77 persen, keuntungan dari usaha terasi udang sebesar Rp. 11.729,76 dengan tingkat keuntungan yaitu 70,11 persen . Terdapat 2 saluran pemasaran terasi udang di lokasi penelitian yaitu : Saluran pertama terdiri dari produsen ke pedagang pengumpul dalam Kabupaten Selayar ke pedagang pengecer dalam Kabupaten Selayar ke konsumen, sedangkan saluran kedua terdiri dari produsen ke distributor luar Kabupaten Selayar ke pedagang pengumpul luar Kabupaten Selayar ke pedagang pengecer luar Kabupaten Selayar ke konsumen.

Penelitian Supriadi et al (2021) dengan judul Analisis Nilai Tambah (Value Added) Usaha Pemasaran Dan Pengolahan Hasil Perikanan Di Kota Cirebon, penelitian ini bertujuan untuk menghitung besaran nilai tambah (Value Added) usaha pemasaran dan pengolahan hasil perikanan di Kota Cirebon. Metode penelitian ini lakukan secara deskriptif dengan metode pemilihan responden menggunakan teknik purposive sampling deskriptif. Data penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dengan responden, sedangkan data sekunder didapat dari sejumlah instansi terkait. Besarnya nilai tambah yang diperoleh dari setiap jenis produk dan jenis olahan berbeda nilai tambah yang diperoleh. Hal ini menggambarkan bahwa untuk pengembangan produk jauh lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan hasil perikanan dalam bentuk segar atau utuh. Berdasarkan hasil perhitungan nilai tambah dari 12 jenis olahan produk perikanan yang diteliti terbagi dalam 3 segmen usaha didapatkan nilai tambah rata-rata tertinggi adalah pengolahan hasil perikanan diversifikasi produk sebesar Rp. 2.480.648,82 (53,06%), kemudian diikuti oleh pengolahan hasil perikanan tradisional sebesar Rp.1.484.040,57 (70,29%) dan yang terkecil adalah pemasaran ikan segar sebesar Rp. 12.572,0 (30,87%). Selain itu terdapat 2 jenis olahan yang menghasilkan nilai tambah lebih besar dibandingkan dengan yang lainnya yaitu olahan otak-otak ikan produk dari Bapak M. Solachudin sebesar Rp. 8.647.500,00 (61,01%) dan diikuti oleh pengolahan ikan asin Ibu Tarmini sebesar

Rp. 2.684.400,00 (89,48%) serta sebanyak sepuluh jenis olahan produk perikanan lainnya memiliki nilai tambah lebih kecil dari Rp.1.106.166,00.

Penelitian Muharom et al (2019) dengan judul Analisis Nilai Tambah Industri Pengolahan Ikan Tuna Di Kawasan Pelabuhan Perikanan Samudera (Pps) Nizam Zachman Jakarta, bertujuan untuk menganalisis nilai tambah dari pengolahan ikan tuna menjadi tuna olahan dan saluran distribusi pemasarannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus dimana data dikumpulkan dengan teknik wawancara langsung terhadap dua industri pengolahan ikan tuna yaitu, PT. Awindo Internasional dan PT. Permata Marindo Jaya menggunakan kuisisioner dan laporan produksi industri. Perhitungan dilakukan dengan metode Hayami 1987. Terdapat dua saluran distribusi dan pemasaran, Untuk saluran pemasaran terdiri dari dua saluran pada PT. Awindo Internasional pemasok (supplier), industri pengolahan, pembeli (buyer), dan konsumen sedangkan pada PT. Pemata Marindo Jaya kapal perusahaan, industri pengolahan, pembeli (buyer), dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis nilai tambah ikan tuna yang dilakukan oleh PT. Awindo Internasional memiliki nilai sebesar Rp. 10.195 dan pada PT. Permata Marindo Jaya Rp. 649,79.

Penelitian Sugianto (2021) dengan judul Analisis Usaha Produk Olahan Perikanan Usaha Mikro Di Tengah Pandemi COVID-19 (Coronavirus Disease 2019) Di Kota Makassar, bertujuan untuk mengetahui biaya, penerimaan, keuntungan dan kelayakan usaha produk olahan perikanan usaha mikro di tengah pandemi COVID-19 (Coronavirus Disease 2019) serta untuk mengetahui bauran pemasaran produk olahan perikanan usaha mikro di Kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada Oktober sampai November 2020. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 10 usaha mikro produk olahan perikanan. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data dianalisis menggunakan analisis pendapatan, analisis kelayakan dan analisis data kualitatif. Hasil penelitian pada biaya, penerimaan dan keuntungan usaha produk olahan perikanan di Kota Makassar lebih besar sebelum pandemi COVID-19 dibandingkan dengan pada masa pandemi COVID-19. Tingkat kelayakan usaha mikro produk olahan perikanan sebelum pandemi COVID-19 dan pada masa pandemi COVID-19 di Kota Makassar menunjukkan kriteria $R/C > 1$ yang berarti usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau usaha mikro produk olahan

di Kota Makassar layak dijalankan. Hasil penelitian pada bauran pemasaran usaha mikro produk olahan perikanan di Kota Makassar terdapat pada 7 aspek yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), orang (people), promosi (promotion), bukti fisik (physical evidence) dan proses (process).

Penelitian Nasution (2018), dengan judul Analisis Nilai Tambah Usaha Pengolahan Ikan Teri, penelitian yang bertujuan untuk menganalisis besar pendapatan dari pengolahan ikan teri; untuk menganalisis nilai tambah pengolahan ikan teri; dan untuk menganalisis prospek usaha pengolahan ikan teri. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis pendapatan, metode Hayami, dan RC - Ratio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh pada usaha pengolahan ikan teri di atas UMK (Upah Minimum Kabupaten) Asahan yaitu sebesar Rp 616.191,13,- untuk sekali produksi. Nilai tambah yang diperoleh pengolah ikan teri tergolong rendah. Nilai RC - Ratio usaha pengolahan ikan teri lebih besar dari 1 yang menunjukkan usaha layak untuk dikembangkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2018) dengan judul Nilai Tambah Diversifikasi Pengolahan Ikan Bandeng (Skala Rumah Tangga) Di Kecamatan Bungoro Kabupaten Pangkep, penelitian ini bertujuan mengetahui nilai tambah pada pengolahan ikan bandeng menjadi abon ikan bandeng dan kerupuk ikan bandeng di Kecamatan Bungoro Kabupaten Pangkep. Pengambilan populasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sengaja atau purposive yaitu pada industri rumah tangga di Kecamatan Bungoro. Sementara untuk penentuan sampel dilakukan dengan teknik sensus yakni mengambil keseluruhan populasi yang dijadikan sampel yaitu 9 orang Pada Pengolahan abon dan 7 orang pada pengolahan kerupuk ikan bandeng yang terlibat dalam pengolahan ikan bandeng. Analisis data yang digunakan yaitu analisis data deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengolahan ikan bandeng menjadi abon ikan bandeng dan kerupuk ikan bandeng pada skala rumah tangga di Kecamatan bungoro masih tergolong sederhana. Nilai tambah (value added) yang dihasilkan dari pengolahan ikan bandeng menjadi abon ikan bandeng dan kerupuk ikan bandeng pada skala industri rumah tangga di Desa Biringkassi menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 488.506,81 dengan rasio nilai tambah sebesar 76,13 %. Dan nilai tambah Pada kerupuk ikan bandeng di desa Biringere menghasilkan Rasio nilai tambah 54,04%.

Penelitian Qalsum et al (2018) dengan judul Pemasaran Dan Nilai Tambah Rumput Laut Di Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pemasaran rumput laut di Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan dan menganalisis nilai tambah dari pengolahan rumput laut menjadi tepung semi murni karagenan. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 100 nelayan, 37 pedagang pengumpul, 3 pedagang besar, 2 eksportir, dan 1 industri pengolahan. Kinerja pemasaran rumput laut dianalisis menggunakan efisiensi pemasaran operasional menggunakan kriteria pendekatan margin pemasaran, farmer's share, dan rasio keuntungan terhadap biaya, sedangkan nilai tambah dianalisis menggunakan metode Hayami. Hasil menunjukkan bahwa terdapat 5 saluran pemasaran. Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran, diperoleh bahwa saluran 4 merupakan saluran yang relatif efisien dibandingkan dengan saluran lainnya dengan margin terendah dan farmer's share tertinggi masing-masing sebesar 28.95% dan 71.05% dan rasio keuntungan terhadap biaya tersebar merata dengan total rasio keuntungan sebesar 5.23. Nilai tambah dari pengolahan rumput laut menjadi tepung karagenan adalah RP 13 979.16/kg dengan rasio sebesar 44% dan tergolong bernilai tambah tinggi karena berada di atas 40%.

Penelitian Astuty et al (2018) dengan judul Nilai Tambah Bandeng Berupa Bakso Di Kelurahan Anrong Appaka, Kecamatan Pangkajene, Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan. Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan memiliki kekayaan alam yang cukup banyak dan sebahagian besar khususnya bidang kelautan dan perikanan. Potensi budidaya air payau di Sulawesi Selatan dapat dilihat dari panjang garis pantai Sulawesi Selatan yang diperkirakan mencapai lebih dari 1.973 km, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki sumber daya perikanan yang cukup tinggi yaitu data produksi Ikan Bandeng pada triwulan pertama Januari hingga Maret 2018 yakni 3.510 ekor Ikan Bandeng. Kegiatan ini didasarkan pada eksplorasi komoditas lokal ikan bandeng dan memiliki potensi untuk berkembang dari segi ekonominya karena luas lahan tambak budidaya ikan bandeng yang dimiliki. Permasalahannya adalah masyarakat belum memiliki kompetensi mengolah ikan bandeng menjadi produk olahan padahal produksi bandeng yang melimpah. Dengan bervariasi produk olahan ikan bandeng ini diharapkan mampu menggugah minat masyarakat untuk melakukan pengembangan budidaya ikan bandeng. Tujuan kegiatan pelatihan untuk meningkatkan nilai tambah komoditi

ikan bandeng dan peluang usaha bagi para ibu-ibu rumah tangga setempat serta melatih kreatifitas masyarakat desa dalam berinovasi dengan menghasilkan produk baru yang memiliki nilai jual ekonomi di wilayah Pangkajene dan Sulawesi Selatan. Kegiatan PKM ini telah memberikan perubahan pada aspek pengetahuan dan keterampilan peserta dalam meningkatkan nilai tambah ikan bandeng, berupa bakso dan pelabelan dan pemasaran secara online.

I. Kerangka Berfikir

Potensi perikanan selain ditingkatkan dalam upaya peningkatan hasil tangkapan maupun budidaya, juga perlu ditingkatkan kualitasnya melalui proses pengolahan sehingga memiliki nilai tambah yang lebih menguntungkan. Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan atau penyimpanan dalam suatu proses produksi (penggunaan/pemberian input fungsional). Nilai tambah dipengaruhi oleh faktor teknis dan faktor pasar. Kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan serta tenaga kerja merupakan faktor teknis yang berpengaruh, sedangkan faktor pasar dipengaruhi oleh harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain. Menurut Hayami, et al (1987) definisi nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditi karena adanya input fungsional yang diberlakukan pada komoditi yang bersangkutan. Input fungsional tersebut berupa proses mengubah bentuk (*form utility*), memindahkan tempat (*place utility*) maupun menyimpan (*time utility*). Nilai tambah merupakan selisih antara nilai komoditas yang mendapatkan perlakuan pada tahap tertentu dikurangi dengan nilai korbanan yang digunakan selama proses produksi berlangsung. Nilai tambah dipengaruhi oleh dua factor, yaitu faktor teknis dan faktor ekonomis. Faktor teknis dipengaruhi oleh kapasitas produksi, jumlah bahan baku, dan tenaga kerja yang digunakan. Faktor ekonomis dipengaruhi oleh harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku, dan harga input lain.

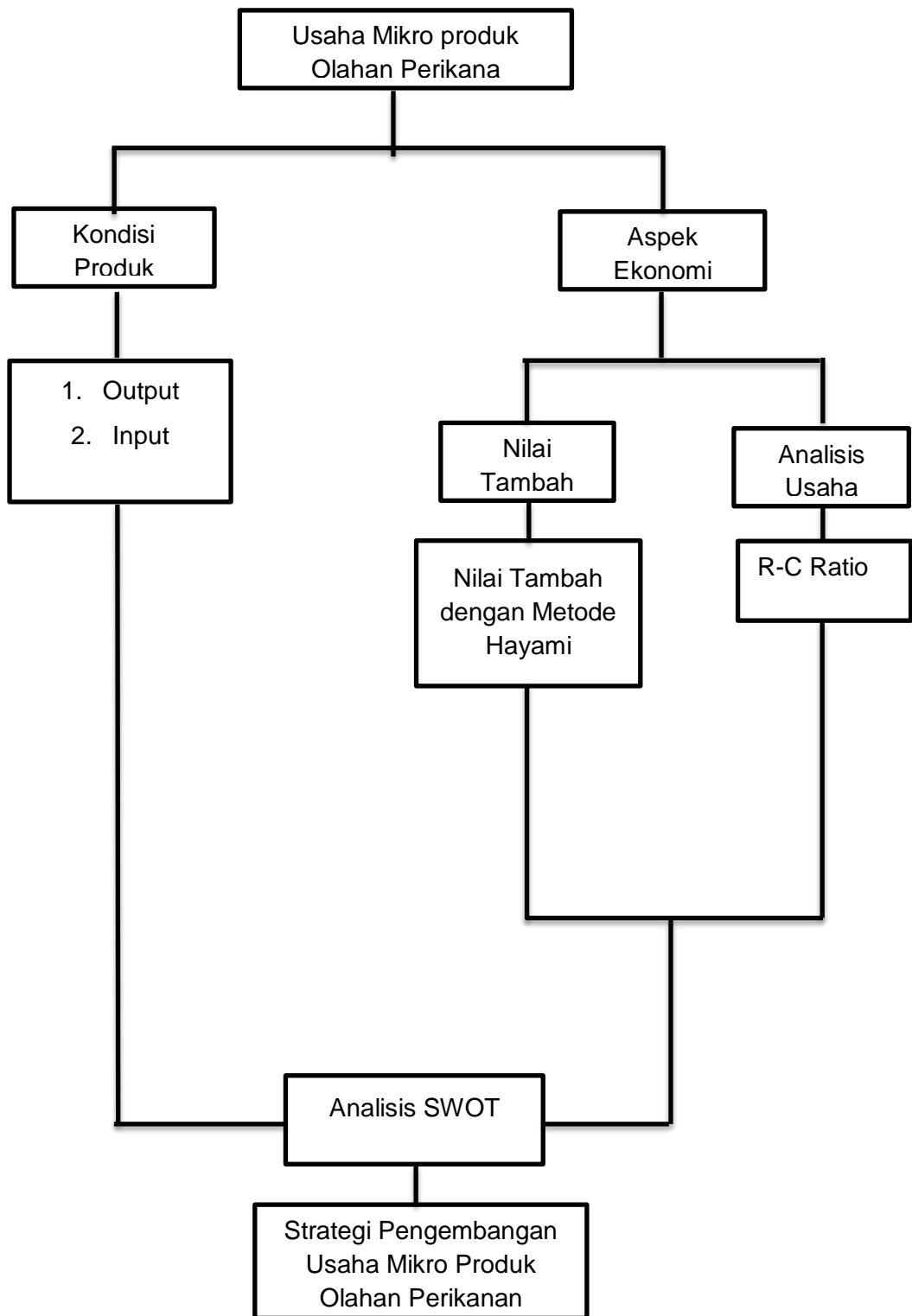
Pengolahan hasil perikanan sangat penting artinya bagi peningkatan diversifikasi produk dan dalam menciptakan nilai tambah. Konsep pendukung dalam nilai tambah adalah faktor konversi, koefisien tenaga kerja, dan nilai tambah produk. Faktor konversi menunjukkan banyaknya tenaga kerja yang diperlukan untuk mengolah satu satuan input, nilai produk menunjukkan nilai output per satuan input. Jadi nilai tambah merupakan selisih dari nilai output dengan harga bahan baku dan sumbangan input lain. Persentase nilai tambah

dari nilai output disebut Rasio Nilai Tambah. Pendapatan tenaga kerja menunjukkan upah yang diterima tenaga kerja untuk mengolah satu satuan bahan baku. Keuntungan menunjukkan pendapatan yang diterima pengusaha sebagai pengelola dalam usaha tersebut, sedangkan tingkat keuntungan menunjukkan persentase keuntungan nilai output. Penghitungan besar nilai tambah dilakukan dengan metode hayami yang dimana dihitung selisih antara nilai produk, nilai bahan baku, dan nilai bahan penunjang.

Selain dari segi nilai tambah, aspek finansial yang juga perlu diketahui dari usaha pengolahan hasil perikanan adalah kinerja usaha itu sendiri dengan menghitung nilai-nilai NPV (Net Present Value), B/C Ratio (Net Benefit Cost Ratio), IRR (Internal Rate Of Return), dan PP (payback period).

Untuk mendukung usaha pengolahan perikanan di Kota Makassar, maka potensi yang dimiliki Kota tersebut akan lebih baik dengan melakukan pengembangan produk olahan perikanan. Hal tersebut akan menentukan keberadaan usaha itu sendiri. Analisis yang digunakan untuk menentukan strategi pengembangan pengolahan hasil perikanan adalah analisis SWOT.

Untuk mengkaji nilai tambah dan pengembangan unit usaha olahan perikanan di Kota Makassar, maka peneliti membuat sekma kerangka pemikiran berikut:



Gambar 2 Kerangka Pikir