

**ANALISIS USAHA PENGOLAHAN IKAN ASIN SKALA RUMAH
TANGGA DI PULAU SABALANA KECAMATAN LIUKANG
TANGAYA KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN**

SKRIPSI

AMBO TUWO

L041171015



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

**ANALISIS USAHA PENGOLAHAN IKAN ASIN SKALA RUMAH
TANGGA DI PULAU SABALANA KECAMATAN LIUKANG
TANGAYA KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN**

SKRIPSI

AMBO TUWO

L041171015



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS USAHA PENGOLAHAN IKAN ASIN SKALA RUMAH TANGGA DI
PULAU SABALANA KECAMATAN LIUKANG TANGAYA KABUPATEN
PANGKAJENE DAN KEPULAUAN**

Disusun dan diajukan oleh

**AMBO TUWO
L041 171015**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin pada tanggal dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

Menyetujui,


Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota


Prof. Dr. Ir. Aris Baso, M.Si.
NIP.196204251990031003


Dr. Hamzah, S.Pi. M.Si.
NIP. 197101262001121001

Ketua Program Studi
Agrobisnis Perikanan


Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si
NIP.197209262006042001

Tanggal lulus : 23 Juni 2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama :Ambo Tuwo
NIM :L041171015
Program Studi :Agrobisnis Perikanan
Jenjang :S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya berjudul

“Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Skala Rumah Tangga di Pulau Sabalana Kecamatan Liukang Tangaya Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan”

Adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia diberi sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 23 Juni 2023



Ambo Tuwo
Nim L041171015

ABSTRAK

Ambo Tuwo. L041171015. “Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Skala Rumah Tangga di Pulau Sabalana Kecamatan Liukang Tangaya Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan“ dibimbing oleh Aris Baso sebagai Pembimbing Utama dan Hamzah sebagai Pembimbing Anggota.

Ikan asin merupakan salah satu olahan ikan secara tradisional dengan dasar bahan alami dengan tujuan mempertahankan mutu ikan, analisis usaha ikan asin penting untuk mengevaluasi sejauh mana keuntungan yang mereka terima serta sistem pemasaran yang tentunya mempengaruhi tingkat pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pendapatan usaha pengolahan ikan asin skala rumah tangga di Pulau Sabalana dan mengetahui aspek pemasaran pada usaha pengolahan ikan asin skala rumah tangga di pulau Sabalana. Penelitian ini dilakukan di Pulau Sabalana Kecamatan Liukang Tangaya Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan Sulawesi Selatan, pada bulan September-November 2022. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode *survey*. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis pendapatan dan pemasaran yang dijelaskan secara deskriptif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa pendapatan rata-rata pengolah dan pengumpul ikan asin dalam satu bulan sebesar Rp4.585.359,33 dan pengumpul memiliki rata-rata pendapatan sebesar Rp5.052.162,37. Adapun hasil analisis pemasaran yang didapatkan yaitu lembaga pemasaran yang terlibat diantaranya nelayan, pengumpul lokal, pedagang besar, pengecer dan konsumen dengan ada tiga saluran pemasaran sedangkan untuk efisiensi pemasaran dianggap efisien karena setiap saluran pemasaran pada usaha pengolah ikan asin memiliki nilai < 1 .

Kata Kunci: Ikan Asin, Usaha Ikan Asin, Pendapatan, Aspek Pemasaran

ABSTRACT

Ambo Tuwo. L041171015. "Analysis of Household Scale Salted Fish Processing Business in Sabalana Island, Liukang Tangaya District, Pangkajene dan kepulauan District" guided by Aris Baso as Main Advisor and Hamzah as Member Advisor.

Salted fish is one of the traditional fish processed on the basis of natural ingredients with the aim of maintaining the quality of fish, salted fish business analysis is important to evaluate the extent of the profits they receive as well as the marketing system which certainly affects the level of income. This study aims to find out how much the income of household scale salted fish processing business on Sabalan Island and to determine the marketing aspects of household scale salted fish processing business on Sabalan Island. This research was conducted on Sabalana Island, Liukang Tangaya District, Pangkajene dan kepulauan Regency the South Sulawesi , in September-November 2022. This research used primary data and secondary data. The data collection method used is the survey method. The data obtained were analyzed using income and marketing analysis which were explained descriptively and quantitatively. Based on the results of the study it was concluded that the average income of salted fish processors and collectors in one month was IDR4.585. 359,33 and collectors had an average income of IDR5,052,162.37. The results of the marketing analysis obtained are the marketing institutions involved including fishermen, local collectors, wholesalers, retailers and consumers with three marketing channels while marketing efficiency is considered efficient because each marketing channel in salted fish processing businesses has a value < 1 .

Keywords: Salted Fish, Salted Fish Business, Revenue, Marketing Aspects

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Puji syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat serta inayah-Nya, yang karena-Nya, penulis diberikan kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan proposal ini dengan judul “Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Skala Rumah Tangga di Pulau Sabalana Kecamatan Liukang Tangaya Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.

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

Pada penelitian ini, hambatan dan rintangan yang dihadapi merupakan proses yang menjadi kesan dan pendewasaan diri. Semua ini tentunya tidak terlepas dengan adanya kemauan yang kuat dalam hati dan kedekatan kepada Allah SWT.

Pada kesempatan kali ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada sang penyemangat hidup yaitu kedua orang tua, ayahanda Rajja dan ibunda Halija yang telah merawat, membesarkan dan memberikan kasih sayang yang tulus, serta memberikan segala doa terbaik untuk penulis. Tak banyak yang bisa dilakukan penulis untuk membalas kasih sayang beliau, hanya doa yang tulus kumpulkan kepada Allah SWT untuk senantiasa memberikan kesehatan serta kebahagiaan. Serta kepada saudara-saudara penulis yaitu Salatung, Baharuddin dan Sahid yang banyak mensupport penulis untuk semangat menyelesaikan studi. Tanpa dukungan dari keluarga tercinta penulis tidak mampu melangkah sejauh ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, rahmat dan karunianya kepada keluarga. Aamiin

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. **Bapak Safruddin, S.Pi, M.Si.,Ph.D**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.

3. **Ibu Dr. Ir. Siti Aslamyah, MP** selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak Dr. Ahmad Faizal, ST., M.Si** selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan Alumni Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
5. **Bapak Dr. Fahrul, S.Pi.,M.Si.** selaku Ketua Departemen Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin
6. **Ibu Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si** selaku Ketua Program Studi Agribisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang dengan senang hati membimbing dan memberikan arahan sampai selesainya penulisan skripsi ini.
7. **Bapak Prof. Dr. Ir. Aris Baso, M.Si** selaku Penasehat Akademik sekaligus pembimbing I yang dengan senang hati dan penuh kesabaran memberikan nasehat, motivasi, dan bimbingan sampai selesainya penulisan skripsi ini.
8. **Bapak Dr. Hamzah, S.Pi, M.Si** selaku pembimbing II yang telah memberikan pengetahuan baru dan semangat untuk menyelesaikan skripsi Penulis.
9. **Bapak Dr. Abd. Wahid, S.Pi. M.Si. dan Bapak Dr. Amiluddin, S.Pi, M.Si.** selaku penguji yang telah memberikan pengetahuan baru dan masukan saran dan kritik yang sangat membangun.
10. **Dosen dan Staf Dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.
11. **Seluruh Staf Administrasi** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan selalu membantu dalam urusan administrasi selama penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan limpahan kasih sayang melalui skripsi ini penulis sampaikan kepada mereka yang telah berperan serta dalam proses penelitian, penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.

1. **FDC UNHAS** yang telah menjadi wadah berproses bagi penulis selama perkuliahan.
2. Teman Angkatan **Hippocampus** (FDC Angkatan 15) yang telah kebersamai

selama berproses di FDC.

3. Teman-teman **Gravi7y** (Agrobisnis Perikanan Angkatan 17) atas bantuan, kebersamaan, solidaritas dan pengalaman yang luar biasa selama perkuliahan.
4. Teman-teman **Belida 17** (Perikanan Angkatan 17) atas bantuan, kebersamaan, solidaritas dan pengalaman yang luar biasa selama perkuliahan.
5. **Rahmat Aryanto Dodi** dan **Andi Desiah Pradilia** sahabat yang senantiasa mendukung dan memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh staf **CV. DECO** yang selalu memberi semangat dan mendukung kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. **KKMB UNHAS** yang telah menjadi wadah berproses bagi penulis selama perkuliahan.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan terutama kepada penulis.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Makassar, 23 Juni 2023



Ambo Tuwo

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Ambo Tuwo, lahir pada tanggal 15 April 1999 di Desa Malleleng, Kecamatan Kajang, Kabupaten Bulukumba. Penulis merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dari pasangan suami istri Rajja dan Halija. Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu, SDN 110 Bunja (2005-2011), SMPN 20 Bulukumba (2011-2014), SMAN 2 Bulukumba (2014-2017). Penulis kemudian melanjutkan pendidikan di Universitas Hasanuddin pada program studi Agrobisnis Perikanan melalui jalur SNPTN pada tahun 2017. Selain mengikuti aktivitas perkuliahan, penulis juga aktif dalam organisasi Kemahasiswaan, yaitu pernah menjabat sebagai Ketua Umum UKM Fisheries Diving Club Universitas Hasanuddin periode 2020/2021 dan Dewan Selam periode 2021/2022 di UKM Fisheries Diving Club Universitas Hasanuddin. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) regular gelombang 108 tahun 2022 di Kecamatan Mappakasunggu, Desa Soreang dan melakukan praktik kerja profesi (PKP) di CV. Deco pada tahun 2022.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	3
II. TINJUAN PUSTAKA	4
A. Ikan Asin.....	4
B. Pengolahan Ikan Asin.....	5
C. Risiko Usaha Ikan Asin.....	6
D. Biaya	7
E. Pendapatan	8
F. Penerimaan	9
G. Pemasaran	9
H. Kerangka Fikir	14
III. METODE PENELITIAN	16
A. Waktu dan Tempat	16
B. Metode Penelitian.....	16
C. Teknik Pengambilan Sampel	16
D. Teknik Pengumpulan Data	17

E. Sumber Data Penelitian.....	17
F. Metode Analisis Data.....	17
IV. HASIL PENELITIAN	20
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	20
B. Karakteristik Responden	22
C. Aktivitas Pengolah Ikan Asin.....	23
D. Analisis Pendapatan.....	25
E. Aspek Pemasaran	28
V. PEMBAHASAN	31
A. Analisis Pendapatan Usaha Ikan Asin	31
B. Aspek Pemasaran	33
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	38
A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Table 1. Tabel Distribusi Jenis Kelamin di Pulau Sabalana.	21
Table 2. Sarana dan Prasarana di Pulau Sabalana	21
Table 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Pulau Sabalana	22
Table 4. Jumlah Tingkat Pendidikan di Pulau Sabalana	23
Table 5. Jumlah Tanggungan Responden di Pulau Sabalana.....	23
Table 6. Nilai Rata-rata Investasi Pengolah Ikan Asin di Pulau Sabalana	25
Table 7. Nilai Rata-rata Investasi Pengumpul Ikan Asin di Pulau Sabalana	25
Table 8. Nilai Biaya Tetap Pengolah Ikan Asin (Nelayan) di Pulau Sabalana	25
Table 9. Nilai Biaya Tetap Pengumpul Ikan Asin di Pulau Sabalana.....	26
Table 10. Nilai Biaya Variabel Pengolah Ikan Asin (Nelayan) di Pulau Sabalana.....	26
Table 11. Nilai Biaya Variabel Pengumpul Ikan Asin Di Pulau Sabalana	26
Table 12. Biaya Rata-Rata Yang Dikeluarkan Setiap Lembaga Pemasaran Usaha Ikan Asin di Pulau Sabalana	29
Table 13. Margin Pemasaran Masing-masing Lembaga Pemasaran Usaha Ikan Asin di Pulau Sabalana.	29
Table 14. Efisiensi Pemasaran Usaha Ikan Asin di Pulau Sabalana	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir.....	15
Gambar 2 Peta Lokasi Penelitian.....	20
Gambar 3 Penerimaan Pengolah Ikan Asin Dan Pengumpul Ikan Asin Di Pulau Sabalana.....	27
Gambar 4 Pendapat Usaha Ikan Asin di Pulau Sabalana Kecamatan Liukang Tangaya Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.....	27
Gambar 5 Skema Saluran Pemasaran.....	28

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai Negara Kepulauan, yang luas wilayahnya 70% merupakan wilayah lautan, yang terdiri dari 5 pulau besar dan 30 kepulauan kecil, jumlah keseluruhan tercatat ada sekitar 17.505 pulau, sekitar 8.653 pulau sudah bernama, 8.853 pulau belum bernama, dan 9.842 pulau yang telah diverifikasi. Di wilayah lautan Indonesia terkandung potensi ekonomi kelautan yang sangat besar dan beragam, sehingga sebagian besar masyarakat di kawasan pesisir Indonesia sebagian besar berprofesi sebagai nelayan yang diperoleh secara turun-temurun dari nenek moyang mereka, sehingga pengembangan wilayah pesisir dan laut merupakan aset yang sangat besar (Satria, 2009).

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan merupakan Kabupaten yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan dan memiliki banyak pulau kecil. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan kabupaten ini memiliki 115 pulau-pulau kecil dengan 90 pulau memiliki penduduk (berpenghuni) dan 25 kecil tidak berpenduduk (kosong), yang memiliki luas keseluruhan pulau kecil 35.150 ha, luas laut 71.000 km², panjang garis pantai 250 km, dan luasan terumbu karang 36.000 km². Sebagian besar kategori sosial nelayan Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan adalah nelayan tradisional dan nelayan buruh. Mereka adalah salah satu penyumbang pendapatan daerah.

Ikan salah satu sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat, dan mudah didapat, serta harganya murah. Namun ikan cepat mengalami proses pembusukan. Oleh karena itu pengawetan ikan perlu diketahui masyarakat. Pengawetan ikan secara tradisional bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam tubuh ikan, salah satu caranya adalah dengan pembuatan ikan asin (Suhartini dan Hidayat, 2005).

Pengolahan perikanan bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk perikanan, baik yang berasal dari perikanan tangkap maupun akuakultur. Usaha ini juga bertujuan untuk mendekatkan produk perikanan ke pasar dan diterima oleh konsumen secara lebih luas. Selain itu, pengolahan perikanan dapat berperan dalam menstabilkan ketersediaan produk perikanan di pasar. Melalui pengolahan, permasalahan produk perikanan yang antara lain bersifat musiman (terutama produk perikanan tangkap), fluktuatif, mudah busuk dan membutuhkan penyimpanan khusus dapat diatasi sampai batas-batas tertentu (Sari et al, 2020).

Menurut (panji, 2018) Sektor rumah tangga untuk membeli berbagai macam kebutuhan hidupnya selama periode tertentu disebut dengan pengeluaran konsumsi rumah

tangga. Pengeluaran sektor rumah tangga dikelompokkan menjadi tiga kategori, yakni barang tahan lama, barang habis pakai (tidak tahan lama) dan jasa. Pengeluaran konsumsi rumah tangga merupakan komponen tunggal terbesar dari keseluruhan, tetapi ada yang menentukan jumlah yang ingin dibelanjakan rumah tangga untuk membeli barang dan jasa sebagai konsumsinya. Tahun dengan tingkat pendapatan lebih tinggi biasanya juga merupakan tahun-tahun dengan tingkat konsumsi rata-rata (Baginda 2013).

Pulau Sabalana merupakan salah satu pulau yang terdapat di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yang memiliki potensi dibidang pengolahan perikanan, salah satu pengolahan yang ada adalah ikan asin. Keuntungan yang diperoleh dari usaha pengolahan ikan asin ini cukup besar, mengingat permintaan serta kebutuhan ikan asin terus meningkat. Hal ini akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, banyak rumah makan yang mengidangkan makanan tradisional, dan adanya peluang usaha ikan asin yang tentunya mempengaruhi tingkat produksi ikan asin, yang akan berdampak positif bagi pendapatan pengusaha ikan asin itu sendiri. Banyaknya masyarakat yang menyukai ikan asin dan jumlah produksi juga terbanyak di Pulau Sabalana. Adapun jumlah produksi olahan ikan kering untuk dijual ke tempat tujuan berkisar antara 1-3 ton ikan asin.

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Pulau Sabalana adalah pulau ini relatif jauh dimana jarak tempuh dari Pelabuhan Paotere Makassar berkisar 16-18 jam, sedangkan jarak tempuh ke Lombok berkisar antara 17-19 jam. Kondisi ini tentunya sangat berdampak bagi pendapatan nelayan Pulau Sabalana. Dengan demikian analisis usaha ikan asin ini penting untuk mengevaluasi sejauh mana keuntungan yang mereka terima serta sistem pemasaran yang tentunya mempengaruhi tingkat pendapatan. Maka dari dasar inilah sehingga menjadi perhatian peneliti mengambil judul penelitian **Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Skala Rumah Tangga di Pulau Sabalana Kecamatan Liukang Tangaya Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.**

B. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu

1. Berapa besar pendapatan usaha pengolahan ikan asin skala rumah tangga di Pulau Sabalana?
2. Bagaimana aspek pemasaran pada usaha pengolahan ikan asin di Pulau Sabalana?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Mengetahui berapa besar pendapatan usaha pengolahan ikan asin skala rumah tangga di Pulau Sabalana
2. Mengetahui aspek pemasaran pada usaha pengolahan ikan asin skala rumah tangga di pulau Sabalana.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk:

1. Bagi Penulis, dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang lebih luas mengenai usaha ikan asin di Pulau Sabalana.
2. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan untuk mengatur dan mengelola sumber daya perikanan.
3. Bagi Akademisi, diharapkan penelitian ini diharapkan sebagai tambahan informasi dan referensi studi-studi selanjutnya dalam pengembangan ilmu ekonomi perikanan.

II. TINJUAN PUSTAKA

A. Ikan Asin

Ikan asin merupakan salah satu pengolahan ikan secara tradisional dengan dasar bahan alami. Dalam pembuatan ikan asin memerlukan kombinasi antara proses penggaraman dan pengeringan. Pembuatan ikan asin biasanya menggunakan kadar garam yang tinggi mengakibatkan ikan terasa asin. Ikan asin salah satu bahan makanan yang di proses dengan menambahkan pengawet alami yaitu garam.

Seiring perkembangan ilmu dan teknologi, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat, pemanfaatan teknologi pun dilakukan dalam mengatasi masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah pada bidang ekonomi, dengan upaya untuk meningkatkan keuntungan finansial dan pendapatan bagi masyarakat nelayan khususnya pada pengolahan ikan asin. Penggunaan teknologi sederhana dalam pengolahan ikan asin pun dimaksudkan untuk meningkatkan produksi ikan asin, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat (Aswita & Zein, 2020).

Karena Ikan adalah komoditi mudah rusak (membusuk). Hanya dalam waktu sekitar 9 jam setelah ikan ditangkap atau didaratkan sudah akan timbul proses perubahan yang mengarah pada kerusakan. Oleh Karena itu agar ikan dan hasil perikanan yang lainnya dapat digunakan semaksimal mungkin, perlu dijaga kondisinya. Pengolahan adalah salah satu cara untuk mempertahankan kualitas ikan, sehingga mampu disimpan lebih lama sampai tiba waktunya untuk dijadikan sebagai bahan konsumsi (Adawiyah, 2014).

Produk ikan asin menurut Heruwati (2002) jenis ikan kecil menjadi paling banyak dipilih oleh pengolah ikan asin, seperti ikan tembang, ikan teri, dan baronang, karena tingkat ketersediaan bahan bakunya yang banyak.

Tubuh ikan mengandung 57%-81% air. Agar bakteri mengalami kesulitan dalam lingkungannya maka diperlukan untuk mengurangi kadar air, yaitu dalam hal melarutkan makanan. Pada kadar air 40%, bakteri sudah tidak bisa aktif tetapi sporanya masih tetap hidup. Spora tersebut akan tumbuh dan aktif lagi jika kadar air naik. Terbatasnya kadar air akan enzim-enzim tidak aktif dan pertumbuhan mikroorganismenya terhambat. Oleh karena itu, ikan hampir selalu digarami sebelum dilakukan pengeringan untuk menghambat pembusukan selama proses pengeringan (Adawiyah, 2014).

B. Pengolahan Ikan Asin

Pembuatan ikan asin memiliki banyak cara tergantung pada jenis dan ukuran ikan, hasil yang diinginkan, serta daerah produksinya. Pada semua jenis ikan yang ditangkap terlebih dahulu dilakukan pembelahan dan penyiangan, sedangkan jenis ikan berukuran kecil seperti teri dan ikan katamba.

Garam (NaCl) adalah bahan utama yang digunakan untuk pengasinan ikan. Mutu ikan asin sangat berpengaruh pada kemurnian garam yang dihasilkan. Garam yang mengandung Cu dan Fe akan menyebabkan daging ikan menjadi berwarna coklat kotor atau kuning; CaSO₄ menyebabkan daging menjadi berwarna putih, kaku dan agak pahit; MgCl₂ atau MgSO₄ akan menimbulkan rasa agak pahit. Oleh karena itu, sebaiknya menggunakan garam NaCl murni (konsentrasi 95%) agar dapat dihasilkan ikan asin yang dagingnya berwarna putih kekuningan dan lunak. Pada umumnya pembuatan ikan asin dilakukan oleh para nelayan dengan mengkombinasikan penggaraman kering dan basah, lalu dikeringkan dengan dijemur dengan sinar matahari langsung.

Penambahan garam yang biasa dilakukan oleh para nelayan berkisar antara 20 sampai 40 persen berat ikan, kadang-kadang sampai 60–100 persen berat ikan. Lama penggaraman berkisar antara 1–6 hari. Pada cuaca yang baik, pengeringan ikan-ikan kecil seperti teri cukup dilakukan selama 5–7 jam, sedangkan ikan berukuran sedang membutuhkan waktu 2 hari, dan ikan berukuran besar membutuhkan lebih lama kadang-kadang sampai 4 hari (Sutrino,2019).

Produk ikan asin banyak dikonsumsi oleh masyarakat dengan alasan harga yang terjangkau, lebih awet atau tahan lama, mudah didapat di pasar-pasar, dan memiliki kandungan gizi yang baik. Seratus gram ikan asin mengandung energi sebesar 198 kkal yang terdiri dari: protein 42%, lemak 1,50%, dan 56,5% kalsium dan fosfor. Selain itu, ikan juga memiliki aroma dan rasa yang khas (Hastuti, 2010).

Menurut Heruwati (2002) dalam proses pengolahan ikan asin terdapat beberapa langkah-langkah yaitu:

1. Penyiangan

Ikan-ikan yang memiliki ukuran besar dibuang isi perutnya, dibuang sisiknya, kemudian dibelah, beberapa jenis ikan dipotong bagian kepalanya, misalnya jenis ikan tongkol dan ikan salem.

2. Pencucian

Pencucian dengan air bersih dilakukan untuk menghilangkan bekas-bekas darah, sisik dan kotoran lainnya. Kadang-kadang untuk pencucian ini digunakan larutan garam ringan sebagai penggaraman awal dengan kadar garam rendah agar ikan yang ditangkap tidak membusuk ketika masih dikapal. Apabila penggaraman dikerjakan di tengah laut maka untuk pencucian digunakan air laut.

3. Penggaraman

Penggaraman yang masih tradisional dikerjakan dengan cara menaburkan kristal-kristal garam pada permukaan ikan atau mencampurkannya dengan larutan garam. Pada penggaraman yang sudah maju, digunakan alat yang dapat memasukkan larutan garam kedalam daging ikan.

4. Pengerinan

Setelah penggaraman selesai dilakukan, ikan lalu dijemur dengan cara mekanis. Pengerinan hanya bertujuan mengurangi sedikit kadar air, supaya produk ikan asin tidak nampak berair. Bila pengerinan dianggap cukup, lalu dikemas dan dapat dijual ke pasar-pasar.

C. Risiko Usaha Ikan Asin

Risiko menunjukkan kemungkinan yang dapat menimbulkan kerugian bagi para pelaku bisnis. Maka dari itu dalam menjalankan bisnis diperlukan kemampuan untuk menganalisis risiko dan ketidakpastian agar pelaku bisnis sebagai pembuat keputusan dapat membuat keputusan yang bisa menghasilkan keuntungan. Fluktuasi produksi, fluktuasi harga, fluktuasi penjualan, dan fluktuasi pendapatan merupakan beberapa contoh adanya indikasi risiko didalam bisnis yang dilakukan (Harwood, 1999).

Pada dasarnya setiap usaha perikanan memiliki resiko, baik besar maupun resiko kecil yang dapat menghambat usaha perikanan, salah satu kendala yang sering terjadi pada usaha ikan asin adalah cuaca, pengerinan pada ikan asin sangat bergantung pada sinar matahari, usaha ikan asin tradisioal ketika musim hujan akan mengalami kendala pada proses penjemuran tentunya akan memakan waktu yang lama pada pengerinan.

Selain itu yang menjadi kendala dalam usaha ikan asin adalah kelangkaan bahan baku ikan, pada saat cuaca buruk seperti hujan dan angin kencang nelayan tidak pergi melaut sehingga proses produksi pada usaha ikan asin akan terkedala.

D. Biaya

Menurut Sukirno S. (2002) biaya dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi. Biaya tetap adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya, sedangkan biaya variabel adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya.

Biaya merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai berbagai faktor produksi dalam suatu usaha, baik biaya tetap ataupun biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya dimana jumlah totalnya tetap walaupun jumlah yang diproduksi berubah-ubah dalam kapasitas normal. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume produksi.

Biaya pada usaha pengolahan ikan dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*).

a. Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung langsung pada besar kecilnya produksi yang dihasilkan dan sifatnya tidak habis dalam satu kali proses produksi. Biaya tetap sebagai biaya yang memiliki jumlah yang tetap walaupun memiliki variasi jumlah aktivitas. Biaya tetap cenderung dipengaruhi akan adanya tingkat inflasi dalam periode tertentu.

Menurut (Kusuma, 2018) biaya tetap adalah biaya yang penggunaannya tidak habis dalam satu masa produksi yang sifatnya tidak dipengaruhi oleh produksi dan besarnya tidak tergantung dari jumlah produk yang dihasilkan. Penyusutan alat dapat terjadi karena pengaruh umur pemakaian. Pada biaya penyusutan ini dapat dihitung dengan cara membagi harga alat sebagai investasi dengan umur ekonomis / umur produktif alat tersebut.

Biaya tetap juga diartikan sebagai biaya minimal yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan agar dapat melakukan proses produksi baik berupa barang ataupun jasa. Biaya ini jelaslah tidak dipengaruhi oleh banyak sedikitnya jumlah produk atau jasa yang bisa dihasilkan. Biaya tetap merupakan jenis biaya yang bersifat statis (tidak berubah) dalam ukuran tertentu. Biaya ini akan tetap dikeluarkan meskipun tidak melakukan aktivitas apapun atau bahkan ketika melakukan aktivitas yang sangat banyak sekalipun.

Dalam proses produksi, biaya tetap akan selalu dibayarkan atau dikeluarkan tanpa menghitung berapa banyak produksi yang dilakukan, baik ketika tidak memproduksi atau sebaliknya saat produksi dilakukan dalam kapasitas maksimal. Jadi, dengan kata lain, secara total biaya ini akan selalu sama, tidak terpengaruh oleh jumlah unit yang diproduksi atau jumlah aktivitas yang dilakukan. Bagaimana jika dihitung per-unit produk yang dihasilkan atau per aktivitas yang dilakukan. Biaya tetap dan unit yang diproduksi atau aktivitas yang dilakukan memiliki hubungan yang terbalik. Hubungan terbalik ini maksudnya adalah semakin banyak unit yang diproduksi atau semakin banyak aktivitas yang dilakukan, maka biaya tetap per-unit atau peraktivitas yang dilakukan akan semakin kecil jumlahnya.

b. Biaya variabel (*Variable cost*)

Biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran input-input variabel dalam proses produksi jangka pendek. Biaya variabel (*variable cost*) dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi dan sifatnya habis dalam satu kali proses produksi (Kune, 2017).

Biaya variabel memiliki perubahan sesuai dengan dasar aktivitasnya, sehingga perilaku atas biaya ini memiliki karakteristik sebagai berikut : (1) memiliki biaya variabel per unit yang sama; dan (2) biaya akan berubah seiring kenaikan atau penurunan seiring perubahan aktivitas dasarnya (Budiarso, 2019).

c. Biaya Total atau *Total Cost* (TC)

Total Cost (TC) adalah jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan proses produksi. *Total Cost* (TC) adalah hasil penjumlahan *fixed cost* dengan *variable cost* (Rahayu et al., 2021).

E. Pendapatan

Pendapatan merupakan selisih antara total penerimaan dengan biaya total dimana jumlah penerimaan dihitung berdasarkan jumlah produksi dikali dengan harga. Sedangkan biaya total merupakan penjumlahan antara biaya tetap dengan biaya variabel yang dikeluarkan selama menjalankan usaha yang di gelutinya (Baso Aris dkk, 2010).

Semakin besar selisih antara penerimaan total dengan biaya total maka semakin besar keuntungan yang diperoleh atas penjualan barang produksi tersebut. Sebaliknya, semakin kecil keuntungan yang diperoleh bila semakin kecil selisih penerimaan total dengan biaya total. Keuntungan adalah nol ketika penerimaan total sama dengan biaya total dan

mengalami kerugian ketika penerimaan total lebih kecil daripada biaya total (Taufiq et al., 2018).

Pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Tingkat pendapatan merupakan suatu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relative rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan bidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi.

F. Penerimaan

Menurut Soekartawi (2003) penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual dan biasanya produksi berhubungan negatif dengan harga, artinya harga akan turun ketika produksi berlebihan. Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan maupun semakin tinggi harga perunit produksi yang bersangkutan, maka penerimaan total yang diterima akan semakin besar. Sebaliknya jika produk yang dihasilkan sedikit dan harganya rendah maka penerimaan total yang diterima semakin kecil.

G. Pemasaran

1. Pasar dan Pemasaran

Pada dasarnya pasar dapat diartikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli atau terdapatnya kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga. Pendapat lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar sehingga dengan demikian terbentuk harga. Stanton (2001) mengemukakan pengertian tentang pasar, yakni kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemampuan untuk membelanjakannya. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang dengan segala keinginannya, daya belinya, serta tingkah laku dalam pembeliannya (Assauri, 2013).

Pengertian yang lebih luas tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar nyata maksudnya adalah himpunan yang mempunyai minat, pendapatan dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Dalam pasar nyata konsumen pasti melakukan transaksi, sedangkan pada pasar potensial pembeli hanya memiliki minat, namun tidak didukung oleh kemampuan maupun akses untuk membeli tetapi memiliki peluang untuk membeli di masa akan datang apabila telah memiliki pendapatan dan akses. Berdasarkan jumlah penjualnya pasar dibedakan menjadi berbagai bentuk yaitu pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, duopoli, dan monopoli. Sedangkan berdasarkan pada konsep pemasaran, pasar dapat dibagi menjadi empat kelompok yaitu:

- 1) Pasar Konsumen, merupakan pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau keluarga rumah tangga untuk penggunaan pribadi atau untuk dikonsumsi sendiri.
- 2) Pasar Industri, adalah pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau organisasi yang digunakan kembali untuk menghasilkan atau produksi barang atau jasa lain, baik untuk dijual maupun untuk disewakan kepada pihak lain dan memperoleh keuntungan.
- 3) Pasar Penjual Kembali (*Reseller*), adalah suatu pasar yang terdiri dari perorangan atau organisasi yang melakukan penjualan kembali atas barang dan jasa dalam rangka mendapatkan keuntungan.
- 4) Pasar Pemerintah, merupakan pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang atau jasa untuk menjalankan tugas-tugas pemerintah, misalnya di sektor pendidikan, perhubungan, kesehatan dan lain-lain.

2. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran menyalurkan jasa dan produk perikanan kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan koneksitas dengan badan usaha dan atau individu. Lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya. Dalam pemasaran seringkali timbul pertanyaan "*who*" atau siapa yang terlibat dalam pemasaran dan melakukan kegiatan apa saja atau "*what*".

Peran lembaga pemasaran adalah melakukan fungsi–fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal. Konsumen memberikan balas jasa tersebut tercermin pada besarnya margin pemasaran. Umumnya lembaga

pemasaran dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan fungsi pemasaran yang dilakukan (Ustriyana, 2017).

3. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah rute yang dilalui oleh produk perikanan ketika produk bergerak yaitu nelayan produsen ke pengguna atau pemakai terakhir. Produk perikanan yang berbeda akan mengikuti saluran pemasaran yang berbeda pula. Umumnya saluran pemasaran terdiri atas sejumlah lembaga pemasaran dan pelaku pendukung. Mereka secara bersama-sama mengirimkan dan memindahkan hak kepemilikan atas produk dari tempat produksi hingga ke penjual terakhir (Ustriyana, 2017).

Panjang pendeknya saluran pemasaran yang harus dilalui oleh suatu hasil perikanan dipengaruhi oleh faktor-faktor, yaitu (Kassali *et al*, 2011).

- a. Jarak antara produsen dengan konsumen. Makin jauh jarak antara produsen dengan konsumen maka makin panjang saluran yang ditempuh produk.
- b. Cepat tidaknya produk rusak. Produk yang cepat rusak harus segera diterima konsumen dan diharapkan saluran pemasaran yang pendek.
- c. Skala produksi. Jika produksi dilakukan dalam skala yang kecil, maka jumlah produk yang dihasilkannya pun berukuran kecil sehingga tidak akan menguntungkan produsen jika langsung dijual ke pasar. Dalam keadaan seperti ini, kehadiran pedagang perantara sangat diharapkan, dengan demikian saluran yang terbentuk dan dilalui produk semakin panjang.
- d. Posisi keuangan produsen. Pedagang atau produsen yang memiliki modal kuat cenderung memperpendek saluran pemasaran.

Hanafiah (1983) dalam Listianingsih (2012) menambahkan pemasaran perikanan umumnya melalui beberapa saluran sebelum sampai ke konsumen akhir. Pergerakan hasil perikanan dari produsen ke konsumen pada dasarnya menggambarkan proses pengumpulan maupun penyebaran.

Secara umum saluran pemasaran perdagangan ikan di Indonesia adalah nelayan menjual ikan ke pedagang/pengumpul ikan di tingkat desa, lalu pengumpul desa menjual ikan ke pengumpul di tingkat kabupaten, lalu dikirim ke perusahaan untuk diproses, lalu kemudian diekspor. Rantai pemasaran ini dianggap sangat panjang sehingga berpengaruh terhadap harga jual ikan di tingkat nelayan dan, pengumpul dan distributor. Nelayan mendapatkan harga yang murah dibandingkan dengan harga jual di pasar ekspor. Rantai pemasaran yang panjang ini juga berpengaruh terhadap kualitas ikan yang dipasarkan dan efisiensi pemasaran dimana biaya distribusi menjadi lebih tinggi. Diharapkan dengan

adanya pengelolaan perikanan yang berkelanjutan, rantai pemasaran ini dibuat sependek mungkin agar kualitas dan stabilitas harga ikan tetap terjaga dengan baik (Rufiati, et al., 2021).

4. Biaya dan Margin Pemasaran

Soekartawi (2002) mengatakan bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, pungutan retribusi, dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain tergantung pada:

- a. Jenis komoditi perikanan. Seperti diketahui sifat barang perikanan adalah *bulky* (volume besar tetapi nilai kecil), sehingga lebih banyak biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran.
- b. Lokasi produksi yang jauh akan memberikan tambahan biaya pengangkutan yang pada akhirnya mengakibatkan besarnya biaya pemasaran.
- c. Macam dan peranan lembaga tataniaga. Keterlibatan lembaga pemasaran yang terlalu banyak dalam mekanisme pasar juga akan menambah biaya pemasaran.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan selama transaksi pemindahan barang dari produsen ke konsumen. Biaya pemasaran mencakup jumlah pengeluaran oleh nelayan atau petani ikan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksinya, maupun pengeluaran oleh lembaga pemasaran. Besarnya biaya pemasaran mempengaruhi harga suatu barang. Harga suatu barang adalah nilai tukar dari barang tersebut yang dinyatakan dalam jumlah uang.

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap pembeli. Bagi produsen yang akan menjual hasil produksinya, tingkat harga mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh. Bagi pedagang perbedaan antara harga penjualan dan biaya yang dikeluarkan menentukan besarnya laba. Selisih antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dengan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir merupakan margin pemasaran. Menurut Sudiyono (2002) margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi sudut pandang, yaitu:

- 1) Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima nelayan produsen.

- 2) Margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran atau biaya fungsional dan keuntungan lembaga pemasaran.

Margin adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Pada suatu perusahaan istilah margin merupakan sejumlah uang yang ditentukan secara *internal accounting*, yang diperlukan untuk menutupi biaya dan laba, dan ini merupakan perbedaan atau *spread* antara harga pembelian dan harga penjualan (Hanafiah & Saefuddin, 2009). Terdapat tiga cara atau metode yang biasa digunakan untuk menghitung margin pemasaran, yaitu:

- 1) Memilih sejumlah barang yang diperdagangkan dan mencatatnya sejak awal sampai akhir sistem pemasaran. Saluran pemasaran yang dilalui oleh sejumlah barang harus diketahui terlebih dahulu
- 2) Mencatat nilai penjualan (*gross money sale*), nilai pembelian (*gross money purchase*), dan volume barang dagangan dari tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam satu saluran pemasaran.
- 3) Harga-harga pada tingkat pemasaran yang berbeda dapat dibandingkan. Metode ini tergantung pada tersedianya serangkaian harga menurut waktu yang *representative* dan *comparable* pada setiap tingkat pemasaran.

Kondisi harga yang rendah menunjukkan bahwa ancaman keberhasilan dalam pengembangan perikanan dan pemasaran ikan akan menjadi terhambat jika harga ikan yang masih rendah. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya pendapatan asli daerah dari sektor perikanan dan nelayan akan banyak yang menganggur. Selain itu faktor eksternal yang memberikan ancaman tertinggi kedua adalah pemasaran ikan yang masih melalui berbagai perantara sehingga rantai pemasaran menjadi lebih panjang. Panjangnya rantai pemasaran ini menyebabkan harga ikan yang sampai ke konsumen menjadi lebih mahal dengan kualitas yang sudah mengalami penurunan. Selain itu, ukuran ikan yang berhasil ditangkap semakin kecil sebagai dampak dari tidak adanya daerah alternatif penangkapan karena kurangnya penguasaan teknologi, teknologi penangkapan yang masih tradisional serta penangkapan yang hanya fokus pada daerah tertentu dengan sumber daya yang sudah mulai berkurang.

5. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara biaya pemasaran dengan total nilai penjualan yang dinyatakan dalam bentuk persen. Kriteria yang

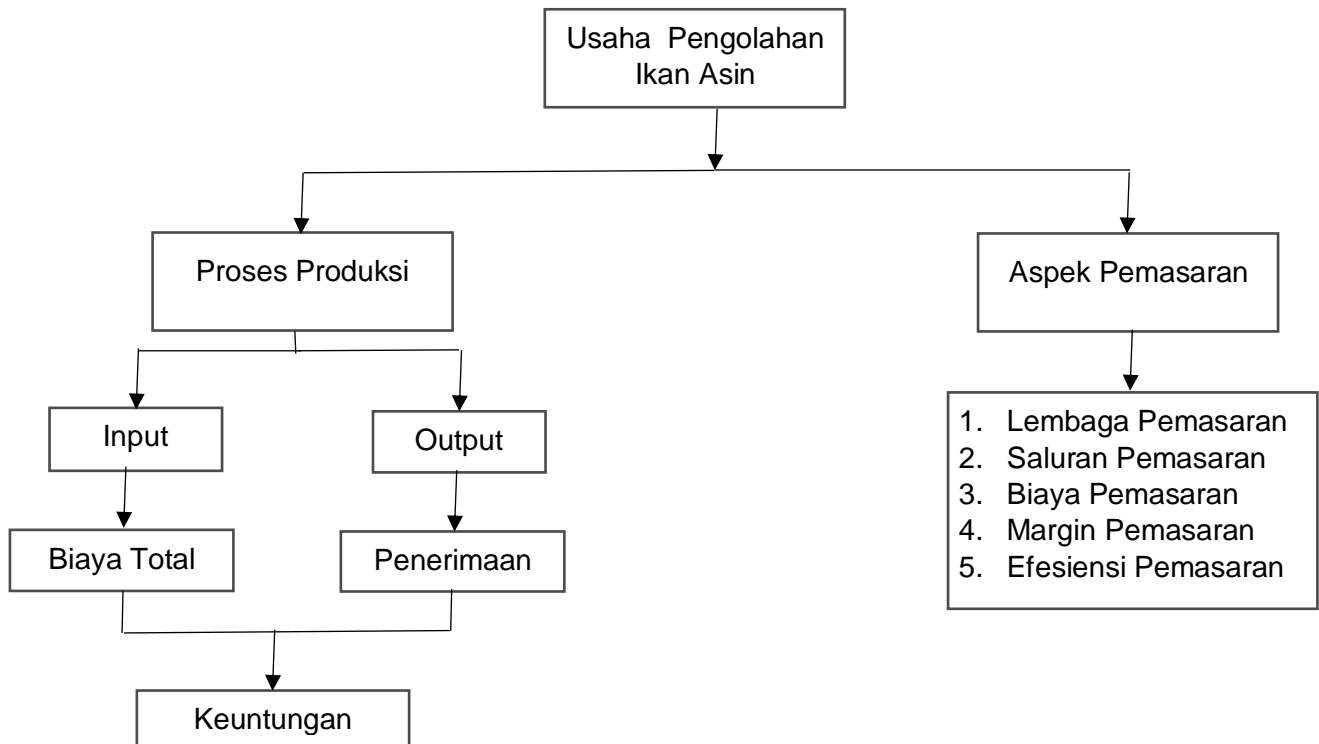
dapat dipakai untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah margin, harga ditingkat konsumen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran, dan pesaing pasar (Hapsari, 2015).

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dan diketahui dengan melihat panjang pendeknya saluran pemasaran dalam memasarkan ikan. Semakin panjang saluran pemasaran yang dilewati maka semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin kecil efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari margin, biaya dan keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran yang ada dalam lembaga pemasaran tersebut (Safitri et al., 2018).

Efisiensi pemasaran adalah seberapa besar pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran menunjang hasil yang bisa didapatkan dari kegiatan pemasaran tersebut. Efisiensi pemasaran dapat dicari dengan menghitung rasio “keluaran masukan” dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan. Semakin tinggi nilai rasio keluaran masukan, maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien. Dalam rangka perbaikan pemasaran tujuan yang ingin dicapai adalah keuntungan yang maksimum dan sangat efisiensi yang tinggi. Efisiensi pemasaran merupakan salah satu indikator baik atau tidaknya di dalam pemasaran. Kegiatan ekonomi produktif selalu berkaitan dengan efisiensi ekonomi. Dalam rangka perbaikan pemasaran tujuan yang ingin dicapai adalah keuntungan yang maksimum dan sangat efisiensi yang tinggi. Sistem pemasaran yang tidak efisien akan mengakibatkan kecilnya bagian dari harga yang diterima oleh produsen, jadi bagian harga yang dibayar oleh konsumen yang diterima oleh produsen dapat dijadikan ukuran efisiensi pemasaran. Setiap penambahan biaya pemasaran dan semakin kecil nilai produk yang dijual memberikan arti bahwa pemasaran kurang efisien (Sawitri et al., 2019).

H. Kerangka Fikir

Untuk mengkaji usaha pengolahan ikan asin skala rumah tangga di Pulau Sabalana Kecamatan Liukang Tangaya Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, maka peneliti membuat sekma kerangka pemikiran berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir.