

**ANALISIS AGROINDUSTRI DAN PEMASARAN IKAN ASIN
DI KELURAHAN BAGAN BARAT KECAMATAN BANGKO
KABUPATEN ROKAN HILIR PROVINSI RIAU**

OLEH:

SYLVIA TRI RAHAYU
184210149

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelara Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**

**ANALISIS AGROINDUSTRI DAN PEMASARAN IKAN ASIN
DI KELURAHAN BAGAN BARAT KECAMATAN BANGKO
KABUPATEN ROKAN HILIR PROVINSI RIAU**

SKRIPSI

**NAMA : SYLVIA TRI RAHAYU
NPM : 184210149
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM
UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL
04 AGUSTUS 2022 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG
TELAH DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT
PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**MENYETUJUI
Dosen Pembimbing**

**Ir. H. Tibrani, M.Si
NIDN: 1029036001**

**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau**

**Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP
NIDN: 0013086004**

**Ketua Program Studi
Agribisnis**

**Sisca Vaulina, SP, MP
NIDN: 1021018302**

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG SARJANA
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 04 AGUSTUS 2022

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ir. H. Tibrani, M.Si	Ketua	
2	Dr. Fahrial, SP., SE., ME	Anggota	
3	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Anggota	
4	Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si	Notulen	

ABSTRAK

SYLVIA TRI RAHAYU (184210149). Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Di Bawah Bimbingan Bapak Ir. H. Tibrani, M.Si.

Ikan merupakan produk perikanan yang tidak tahan lama, sehingga diperlukan proses pengawetan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) Karakteristik pengusaha, tenaga kerja, pedagang dan profil usaha, 2) Penggunaan faktor produksi, produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri ikan asin, 3) Pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat. Metode penelitian adalah metode survei. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Maret 2022 sampai bulan Agustus 2022. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha sebanyak 3 orang, tenaga kerja sebanyak 9 orang, serta 2 orang sebagai agen dan 3 orang pedagang pengecer. Data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif, analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Karakteristik responden berada pada usia produktif, tingkat pendidikan relatif sedang, pengalaman berusaha rata-rata sudah cukup berpengalaman, jumlah tanggungan keluarga termasuk pada rumah tangga sedang dan rumah tangga kecil. Usaha agroindustri ikan asin sudah dijalankan secara turun temurun dan termasuk kedalam skala usaha kecil dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 9 orang tiap masing-masing pengusaha, memiliki jumlah modal yaitu Rp. 17.620.674 dan tenaga kerja sebanyak 9 orang. 2) Analisis faktor produksi agroindustri ikan asin terdiri dari proses produksi ikan asin yang masih sederhana, jumlah bahan baku ikan duri rata-rata sebanyak 125 kg/proses produksi, ikan gulama batu 250 kg/proses produksi dan ikan gulama samge 96 kg/proses produksi dan penggunaan tenaga kerja ikan asin duri sebesar 1,54 HOK, ikan asin gulama batu 3,53 HOK, ikan asin gulama samge 1,44 HOK. Rata-rata biaya produksi ikan asin duri senilai Rp. 898.364/proses produksi, pendapatan bersih Rp. 401.636 dan efisiensi ikan asin duri sebesar 1,45, ikan asin gulama batu rata-rata biaya produksinya sebesar Rp. 1.423.114, pendapatan bersih ikan asin gulama batu sebesar Rp. 976.886 dan efisiensi ikan asin gulama batu adalah 1,69. Sedangkan pada ikan asin gulama samge rata-rata biaya produksinya senilai Rp. 970.864 dengan pendapatan bersih sebesar Rp. 169.136 dan efisiensi sebesar 1,17. Nilai tambah yang diperoleh dari usaha agroindustri ikan asin duri senilai Rp. 4.504/kg, ikan asin gulama batu senilai Rp. 4.752/kg, ikan asin gulama samge yaitu sebesar Rp. 3.541,67/kg. 3) Biaya pemasaran pada saluran I untuk ikan asin duri yaitu senilai Rp. 1.495,83/kg, ikan asin gulama batu senilai Rp. 1.249,76/kg dan ikan asin gulama samge senilai Rp. 1.588,82/kg. Pada saluran pemasaran II, biaya pemasaran ikan asin duri senilai Rp. 500,00/kg, ikan asin gulama batu dan gulama samge sama-sama sebesar Rp. 181,23/kg. Sedangkan pada saluran pemasaran III langsung untuk dikonsumsi konsumen sehingga biaya pemasaran berupa biaya transportasi.

Kata Kunci: Ikan Asin, Agroindustri, Nilai Tambah, Pemasaran

ABSTRACT

SYLVIA TRI RAHAYU (184210149). Analysis Agroindustry and Marketing of Salted Fish in Bagan Barat Village Bangko District Rokan Hilir Regency Riau Province. Under the Guidance of Mr. Ir. H. Tibrani, M.Si.

Fish is perishable fishery product, so that need preserving process. This research was aimed to anylisis: 1) entrepreneur characteristic, labor, and business profile, 2) the using of production factor, production, production, production expenses, income, efficiency and additional value of salted fish agroindustrial, 3) The marketing of salted fish in West Bagan urban village. The method of this research was survey method. This research was conducted for 6 months starting from January 2022 to June 2022. Respondents of this research were 3 entrepreneurs, 9 workers, 2 agents and 3 retailers. The data used were sourced from primary data and secondary data. Data were analyzed descriptively, qualitatively, and quantitatively, value added analysis using the Hayami method. The result of this reserch showed that : 1) Characteristics of respondents were in productive age, relatively moderate level of education, average business experience was quite experienced, number of dependents in the family including medium and small households. Salted fish agro-industry business has been carried out for generations and was included in the small scale business with a total workforce of 9 people per each entrepreneur, having a total capital of Rp. 17,620,674 and 9 labors. 2) production factors analysis of salted fish agroindustry consists of a simple salted fish production process, the average amount of raw material for Duri fish was 125 kg, gulama batu fish was 250 kg and gulama samge fish was 96 kg per production process and the use of Duri salted fish labor was 1.54 HOK, gulama batu salted fish was 3.53 HOK, gulama samge salted fish was 1.44 HOK. The average production cost of Duri salted fish was Rp. 899.364/production process, net income was Rp. 401.363 and the efficiency of salted fish was 1.45, the average production cost of Gulama Batu salted fish was Rp. 1,423,114, the net income of gulama batu salted fish was Rp.976.886 and the efficiency of gulama batu salted fish was 1.69. Meanwhile, for gulama samge salted fish the average production cost was Rp. 970.864 with the net income Rp. 169.136 and the efficiency was 1,17. The added value obtained from Duri salted fish agroindustry was Rp. 4,504/kg, gulama batu salted fish was Rp. 4,752/kg, Gulama Samge salted fish was Rp. 3,541.67/kg. 3) marketing costs in channel I for Duri salted fish worth Rp. 1,495.83/kg, Gulama Batu salted fish worth Rp. 1,249.76/kg and Gulama Samge salted fish worth Rp. 1,588,82/kg. In marketing channel II, the marketing cost of Duri salted fish was Rp. 500.00/kg, gulama batu salted fish and gulama samge were both Rp. 181.23/kg. Meanwhile, in the third marketing channel, it was directly consumed by consumers so that marketing costs were in the form of transportation costs.

Key Words : Salted fish, Agroindustry, Additional value, Marketing

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah-Nya yaitu kesehatan dan umur panjang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Ir. H. Tibrani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam persiapan hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis telah berupaya untuk mencapai hasil yang terbaik. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang dan Profil Usaha	7
2.1.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja dan Pedagang.....	7
2.1.2. Profil Usaha	11
2.2. Usaha Agroindustri	14
2.2.1. Penggunaan Faktor Produksi	16

2.2.2. Produksi	20
2.2.3. Biaya Produksi	20
2.2.4. Pendapatan	21
2.2.5. Efisiensi Usaha.....	22
2.2.6. Nilai Tambah	23
2.3. Pemasaran.....	24
2.3.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran	24
2.3.2. Fungsi Pemasaran	27
2.3.3. Biaya Pemasaran	29
2.3.4. Margin Pemasaran	29
2.3.5. Keuntungan Pemasaran.....	30
2.3.6. <i>Farmer's Share</i>	31
2.3.7. Efisiensi Pemasaran	31
2.4. Penelitian Terdahulu.....	32
2.5. Kerangka Pemikiran	40
III. METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	43
3.2. Teknik Pengambilan Responden	43
3.3. Jenis dan Sumber Data	44
3.4. Konsep Operasional.....	45
3.5. Analisis Data	49
3.5.1. Analisis Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang dan Profil Usaha Ikan Asin di Kelurahan	

Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	49
3.5.2. Analisis Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	49
3.5.3. Analisis Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	56
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	60
4.1. Geografi dan Topografi	60
4.2. Kependudukan.....	61
4.2.1. Jumlah Penduduk Menurut Umur.....	61
4.2.2. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	62
4.2.3. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian	63
4.3. Sarana dan Prasarana	63
4.3.1. Pendidikan	64
4.3.2. Kesehatan	65
4.3.3. Ibadah	65
4.4. Keadaan Agroindustri	65
4.5. Potensi Perikanan	66
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	67
5.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang dan Profil Usaha Agroindustri Ikan Asin	67
5.1.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja dan Pedagang Agroindustri Ikan Asin	67
5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Ikan Asin	71

5.2. Analisis Usaha Agroindustri Ikan Asin.....	73
5.2.1. Penggunaan Faktor Produksi.....	73
5.2.2. Produksi.....	81
5.2.3. Biaya Produksi.....	82
5.2.4. Pendapatan.....	86
5.2.5. Efisiensi Usaha.....	86
5.2.6. Nilai Tambah.....	87
5.3. Analisis Pemasaran Agroindustri Ikan Asin.....	90
5.3.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	90
5.3.2. Fungsi Pemasaran.....	92
5.3.3. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	96
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
6.1. Kesimpulan	103
6.2. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Produksi Perikanan di Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2020-2021	1
2. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami	54
3. Fungsi Pemasaran	57
4. Jumlah Penduduk Kelurahan Bagan Barat Menurut Umur Tahun 2019	61
5. Jumlah Penduduk Kelurahan Bagan Barat Menurut Tingkat Pendidikan, Tahun 2019	62
6. Jumlah Penduduk Kelurahan Bagan Barat Menurut Mata Pencaharian, Tahun 2019.....	63
7. Sarana dan Prasarana di Kelurahan Bagan Barat, Tahun 2019	64
8. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, dan Pedagang di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.	68
9. Rata-rata Jumlah Unit, Harga dan Nilai Penggunaan Peralatan Produksi Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	78
10. Rata-rata Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang pada Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	79
11. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan pada Usaha Agroindustri Ikan Asin Duri, Ikan Asin Gulama Batu dan Ikan Asin Gulama Sange di Kelurahan Bagan Barat	

Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	81
12. Rata-rata Produksi, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	83
13. Rata-rata Produksi, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	84
14. Rata-rata Produksi, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	85
15. Analisis Nilai Tambah Pada Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.....	89
16. Fungsi Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	93
17. Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi Pemasaran pada Saluran Pemasaran I Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	97
18. Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi Pemasaran pada Saluran Pemasaran II Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	98
19. Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi Pemasaran pada Saluran Pemasaran III Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	42
2. Tahapan Proses Produksi Ikan Asin Duri, Gulama Batu dan Gulama Sange di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	74
3. Pembelahan Ikan di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	75
4. Pencucian Ikan di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	75
5. Penggaraman Ikan di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	76
6. Penjemuran Ikan di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	76
7. Pengemasan Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	77
8. Saluran Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, dan Pedagang Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.....	113
2. Distribusi Biaya Penyusutan dalam Proses Agroindutsri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	115
3. Distribusi Jumlah Produksi Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	120
4. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja dan Upah Berdasarkan Tahapan Kerja Agroindustri Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	121
5. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja dan Upah Berdasarkan Tahapan Kerja Agroindustri Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.....	124
6. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja dan Upah Berdasarkan Tahapan Kerja Agroindustri Ikan Asin Gulama Sange di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.....	127
7. Analisis Biaya Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	130
8. Analisis Biaya Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	131

9.	Analisis Biaya Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022	132
10.	Analisis Nilai Tambah Ikan Asin Duri, Ikan Asin Gulama Batu dan Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	133
11.	Biaya Pemasaran Agen Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau .	134
12.	Biaya Pemasaran Agen Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	134
13.	Biaya Pemasaran Agen Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	135
14.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer pada Saluran I Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	136
15.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer pada Saluran I Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	136
16.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer pada Saluran I Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	137
17.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer pada Saluran II Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.....	138
18.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer pada Saluran II Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	138
19.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer pada Saluran II Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	139

20.	Biaya Pemasaran Konsumen pada Saluran III Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	140
21.	Biaya Pemasaran Konsumen pada Saluran III Ikan Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	140
22.	Biaya Pemasaran Konsumen pada Saluran III Ikan Asin Gulama Sange di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	141
23.	Dokumentasi di Kantor Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	142
24.	Dokumentasi Saat Wawancara pada Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	142
25.	Peralatan pada Agroindustri Ikan di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau	143





Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perikanan merupakan salah satu subsektor dari sektor pertanian. Subsektor perikanan memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam penyediaan lapangan kerja, sumber pendapatan bagi nelayan ikan, sumber protein hewani yang bernilai tinggi, dan sumber devisa yang sangat potensial (Djazuli dalam Riniyanti 2017).

Di Indonesia, subsektor perikanan dibagi menjadi perikanan tangkap dan perikanan budidaya. Perikanan tangkap adalah penangkapan ikan di alam liar seperti di laut dan perairan umum. Sedangkan perikanan budidaya merupakan kegiatan pemeliharaan dan pengembangbiakan ikan dalam suatu wadah. Perikanan budidaya terdiri dari budidaya kolam, budidaya tambak, budidaya keramba dan jaring apung serta budidaya laut. Produksi perikanan tangkap di Indonesia didominasi oleh perikanan laut. Menurut Badan Pusat Statistik (2020) menyatakan bahwa pada tahun 2018 produksi perikanan laut di Indonesia sebesar 6.701.834 ton, sedangkan produksi perairan umum sebesar 659.282 ton. Sedangkan jumlah produksi perikanan di Kabupaten Rokan Hilir dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Produksi Perikanan di Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2020-2021.

No	Produksi Perikanan	Jumlah Produksi (Ton)	
		2020	2021
1	Perikanan Tangkap	53.308,43	53.987,96
2	Perikanan Budidaya	11.415,40	11.561,94

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Rokan Hilir 2021.

Kabupaten Rokan Hilir dikenal sebagai daerah penghasil ikan yang sebagian besar perikanannya berasal dari perikanan tangkap. Hal ini dibuktikan pada Tabel 1 diatas bahwa jumlah produksi perikanan tangkap (hasil tangkapan laut dan perairan umum) mengalami peningkatan, yaitu pada tahun 2020 sebesar 53.308,43 ton sedangkan pada tahun 2021 sebesar 53.987,96 ton. Jumlah produksi perikanan tangkap terbagi menjadi penangkapan ikan di laut dan di perairan umum. Pada tahun 2021 penangkapan ikan di laut yaitu sebesar 51.103,96 ton, dan kegiatan penangkapan ikan di perairan umum hanya menyumbang sebesar 2.884 ton. Sedangkan hasil produksi perikanan budidaya pada tahun 2021 hanya sebesar 11.561,94 ton, yang mana 3.819,59 ton bersumber dari budidaya kolam, 69,94 ton dari budidaya keramba dan 7.672,41 ton dari budidaya tambak. (Dinas Perikanan Kabupaten Rokan Hilir, 2021).

Berdasarkan hasil tangkapan ikan di laut yang cukup banyak ini, akan menyebabkan banyaknya bahan baku yang tersedia yaitu berupa ikan segar yang siap untuk dimanfaatkan masyarakat sebagai sumber gizi yang dibutuhkan oleh tubuh dalam pemenuhan protein hewani. Namun, menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan, kebutuhan konsumsi ikan di Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan Negara lain. Konsumsi ikan di Indonesia 47,12 kg/kapita/tahun pada tahun 2017, sedangkan konsumsi ikan di Malaysia mencapai 70 kg/kapita/tahun pada tahun yang sama, Singapura 80 kg/kapita/tahun, dan hampir 100 kg/kapita/tahun di Jepang (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2019).

Ikan merupakan salah satu komoditi perikanan yang tidak tahan lama dan mudah membusuk bila tidak langsung diberikan perlakuan atau penanganan yang

cepat setelah ditangkap. Hal ini disebabkan bahwa didalam tubuh ikan mengandung air yang cukup tinggi. Kelemahan pada ikan ini dapat menghambat kegiatan pemasaran hasil laut, seringkali menimbulkan kerugian besar, terutama pada saat produksi ikan melimpah. Agar produksi ikan ini tidak terbuang secara begitu saja, maka diperlukannya upaya untuk menghambat proses pembusukan ikan, yaitu dengan cara melakukan proses pengolahan ikan. Proses pengolahan merupakan cara alternatif yang dilakukan untuk meningkatkan daya simpan dan memberi cita rasa serta aroma yang khas pada ikan, dengan melibatkan proses pengasinan dan pengeringan. Hasil pengolahan yang bermutu tinggi dapat diperoleh dengan memberikan perlakuan yang baik selama proses pengolahan seperti menjaga kebersihan ikan, bahan dan alat yang digunakan. Dengan adanya proses pengolahan, nantinya dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan nilai tambah produk serta memperoleh keuntungan dari proses pemasaran.

Kabupaten Rokan Hilir khususnya di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko merupakan salah satu sentra produksi perikanan tangkap. Hal ini dibuktikan dengan data produksi perikanan tangkap di Kabupaten Rokan Hilir cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan data produksi perikanan budidaya. Dengan tersedianya bahan baku yang cukup banyak, dapat dijadikan sebagai mata pencaharian utama di Kelurahan Bagan Barat dan sebagai peluang usaha bagi masyarakat untuk mengolah ikan segar menjadi ikan asin, karena pada dasarnya ikan tidak tahan lama dan rentan terhadap pembusukan. Kendala yang dihadapi pengusaha dalam memproduksi ikan asin adalah adanya keterbatasan modal dalam penggunaan bahan baku. Pengusaha ikan asin mendapatkan bahan baku ikan segar dengan membeli ikan segar dari

nelayan. Selain itu, pendapatan pengusaha ikan asin di Kelurahan Bagan Barat masih rendah, akibat bahan baku yang digunakan sedikit. Sedangkan permasalahan di bidang pemasaran adalah banyaknya lembaga yang terlibat dalam memasarkan ikan asin, sehingga menyebabkan perbedaan harga yang relatif tinggi antara produsen dengan konsumen akhir. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang usaha agroindustri ikan asin ini, dengan melakukan penelitian “Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik pengusaha, tenaga kerja, pedagang dan profil usaha agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau?
2. Bagaimana penggunaan faktor produksi, produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau?
3. Bagaimana pemasaran (lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran) usaha agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Karakteristik pengusaha, tenaga kerja, pedagang dan profil usaha agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.
2. Penggunaan faktor produksi, produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah usaha agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.
3. Pemasaran (lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran) usaha agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait dalam melakukan penelitian ikan asin, manfaat tersebut antara lain:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan tentang usaha agroindustri ikan asin terutama dari sisi pengolahan dan pemasaran.
2. Bagi pengusaha ikan asin, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perencanaan dalam mengatasi masalah yang ada dan sebagai bahan pemikiran dalam meningkatkan usahanya sehingga mampu memberikan pendapatan yang lebih baik.

3. Bagi pemerintah dan lembaga terkait, penelitian ini dapat menjadi dasar pemikiran dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan agroindustri ikan asin dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan perekonomian pengusaha ikan asin.
4. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya serta dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
5. Menambah kekayaan khasanah di bidang ilmu pertanian.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian agroindustri dan pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat mengkaji tentang: (1) Karakteristik pengusaha, tenaga kerja, pedagang dan profil usaha. Karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan pedagang meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga, sedangkan pada profil usaha meliputi sejarah usaha, skala usaha, modal usaha dan tenaga kerja; (2) Penggunaan faktor produksi meliputi proses produksi, penggunaan bahan baku dan bahan penunjang dan penggunaan tenaga kerja, produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah; (3) Pemasaran meliputi lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran.

Terdapat tiga pengusaha ikan asin yang mengolah ikan segar menjadi ikan asin. Jenis ikan yang diolah oleh pengusaha diantaranya ikan duri, ikan gulama batu dan ikan gulama samge, bahan baku ikan segar ini diperoleh dengan cara membeli

kepada nelayan. Tujuan dari penelitian ini akan dianalisis menggunakan deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang dan Profil Usaha

2.1.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang

Menurut Winardi (2004) karakteristik individu terdiri dari sifat-sifat berupa kemampuan dan keterampilan, latar belakang keluarga, sosial dan pengalaman, umur, jenis kelamin dan lainnya yang mencerminkan sifat kependudukan tertentu. Karakteristik seseorang menggambarkan kondisi atau keadaan dan status seseorang. Karakteristik pengusaha meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.

a. Umur

Umur adalah waktu yang telah berlalu sejak seseorang ada dan dapat diukur dalam satuan kronologis, yang dapat dilihat dari tingkat perkembangan anatomis dan fisiologisnya. Umur juga merupakan waktu lamanya hidup atau keberadaan (Hoetomo, 2005). Menurut Badan Pusat Statistik (2017) kelompok penduduk usia 15-64 tahun termasuk kedalam kelompok produktif dan kelompok usia 65 tahun ke atas termasuk kedalam kelompok penduduk yang tidak lagi produktif. Dalam kelompok umur yang produktif, kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal.

Menurut Mantra (2004) usia produktif secara ekonomi dibagi menjadi tiga yaitu merupakan kelompok usia dari 0-14 tahun merupakan kelompok usia belum produktif, kelompok usia 15-64 tahun merupakan kelompok usia produktif, dan kelompok usia di atas 65 tahun adalah kelompok usia tersebut tidak lagi produktif.

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang biasanya menunjukkan daya kreatifitas seseorang ketika berfikir dan bertindak. Pendidikan yang rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 pendidikan adalah suatu usaha yang sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat secara efektif mengembangkan kemampuannya, memiliki kekuatan mental agama, pengendalian diri, kepribadian, kebijaksanaan, akhlak mulia dan keterampilan yang diperlukan untuk diri sendiri, masyarakat, bangsa dan Negara. Jalur pendidikan meliputi pendidikan formal, nonformal dan informal. Pendidikan formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang meliputi pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi. Pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan bertahap, pendidikan nonformal dapat disebut sebagai pendidikan luar sekolah. Sedangkan pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan yang berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. Adapun 3 (tiga) jenjang pada pendidikan formal yaitu terdiri dari:

1. Pendidikan dasar, yaitu jenjang pendidikan yang melandasi jenjang pendidikan menengah. Pendidikan dasar berbentuk Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) atau bentuk lain yang sederajat serta Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs), dan sebagainya.
2. Pendidikan menengah, yaitu lanjutan pendidikan dasar. Pendidikan menengah berbentuk Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK) dan sebagainya.
3. Pendidikan tinggi, yaitu jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.

Sofyansori (1993) pendidikan sangat menentukan tingkat kemampuan pengambilan keputusan dan sikap terhadap kinerja pertanian. Tingkat pendidikan petani akan dapat menentukan tingkat kemakmuran suatu daerah itu sendiri karena segala keputusan selalu diambil dalam profesinya masing-masing. Rendahnya tingkat pendidikan petani akan menyulitkan dalam mengelola dan memanfaatkan secara optimal sumberdaya alam, tenaga kerja dan modal yang optimal.

c. Pengalaman Berusaha

Menurut Padmowihardjo (1999) pengalaman adalah pengetahuan yang diwariskan oleh seseorang untuk jangka waktu yang tidak terbatas. Pengalaman yang berdampak positif dapat membuat bahagia dan merasa puas. Pengalaman kerja sering dikaitkan dengan beberapa lama seseorang telah bekerja di bidang tertentu (contohnya berapa lama seseorang telah bekerja sebagai wirausaha). Soekartawi

(2003) menunjukkan pengalaman seseorang yang mencoba mempengaruhi dengan menerima inovasi dari luar. Pengusaha agribisnis lama lebih mudah menerapkan inovasi dan memberikan saran penyuluhan dan penerapan teknologi daripada pengusaha pemula atau pengusaha baru.

Pengalaman berusaha dapat memperdalam dan memperluas kemampuan wirausaha seseorang. Semakin sering seseorang melakukan pekerjaan yang sama, maka semakin mahir mereka menjalankan usahanya. (Simanjuntak, 2005).

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga merupakan jumlah seluruh anggota keluarga yang kebutuhan hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga. Besar kecilnya jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh pada besar kecilnya pengeluaran rumah tangga tersebut. Jika semakin besar jumlah tanggungan keluarga, maka pengeluaran rumah tangga akan semakin meningkat. Menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (2010) jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah seluruh anggota keluarga yang berada dalam tanggungan keluarga. Pengelompokan ukuran rumah tangga berdasarkan jumlah anggota rumah tangga terbagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut: (1) rumah tangga kecil adalah jumlah anggota keluarganya kurang atau sama dengan empat orang; (2) rumah tangga sedang adalah rumah tangga yang memiliki anggota keluarga yang terdiri dari lima sampai tujuh orang; (3) rumah tangga besar adalah rumah tangga dengan jumlah anggota lebih dari tujuh orang.

Jumlah tanggungan dalam keluarga dihitung berdasarkan semua orang yang tinggal dalam satu rumah dan satu dapur, dimana kepala rumah tangga harus mengurus kebutuhan dasar. Semakin besar tanggungan maka semakin besar pula

beban ekonomi yang harus ditanggung keluarga. Soekartiwi dalam Maydha, H (2021) semakin besar jumlah anggota keluarga, semakin besar beban hidup yang harus dipenuhi. Jumlah anggota keluarga dapat mempengaruhi keputusan seseorang wirausahawan untuk menjalankan usaha.

2.1.2. Profil Usaha

Profil merupakan gambaran yang berisi ciri-ciri mengenai suatu usaha dan memiliki kekhasan dan menjadikannya sesuatu yang berbeda dengan individu, organisasi atau kegiatan usaha lainnya, profil usaha ini terdiri dari beberapa komponen yaitu sejarah usaha, skala usaha, modal usaha dan tenaga kerja (Sumaryanto, 2003).

a. Sejarah Usaha

Sejarah usaha menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah asal-usul (keturunan), silsilah peristiwa dan peristiwa yang benar-benar terjadi di masa lalu, pengetahuan atau gambaran tentang peristiwa dan kejadian yang benar-benar terjadi dalam masa lalu.

Sejarah usaha berkaitan dengan asal usul dimulainya suatu usaha. Didalam sejarah biasanya terdapat hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana usaha tersebut berdiri dan apa-apa saja yang menjadi alasan pengusaha untuk mendirikan usahanya.

b. Skala Usaha

Menurut Badan Pusat Statistik (2002) perusahaan industri pengolahan dilihat dari segi jumlah tenaga kerja yaitu, (1) Usaha rumah tangga yaitu mempunyai 1-4 orang tenaga kerja, (2) Usaha kecil mempunyai 5-19 orang tenaga kerja, dan (3) Usaha sedang mempunyai 20-99 orang tenaga kerja. Di Indonesia, Undang-Undang

yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

1. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dalam Undang-Undang. Adapun kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000
- c. Modal Usaha

Modal usaha didefinisikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan bisnis agar terus berkinerja baik. Menurut Sutrisno dalam Firdaus (2018) modal adalah modal yang dibutuhkan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Modal usaha meliputi; (1) Modal asing, modal asing adalah modal dari luar perusahaan yang dimasukkan kedalam perusahaan untuk jangka waktu tertentu. Modal asing sering disebut sebagai pinjaman; (2) Modal sendiri adalah modal dibuat oleh pemilik bisnis dan dimasukkan ke dalam perusahaan untuk waktu yang tidak terbatas (Firdaus, 2012).

d. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah pemberi jasa yang menerima upah sebagai imbalan yang diterima oleh tenaga kerja. Menurut Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang

ketenagakerjaan, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri dan masyarakat. sedangkan menurut Bank Indonesia (2015), dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok yaitu: (1) UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima, (2) UMKM mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa pengusaha, (3) usaha kecil dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor, (4) *fast moving enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang baik.

2.2. Usaha Agroindustri

Agroindustri berasal dari dua kata yaitu *agricultural* dan *industry* yang mengacu pada industri yang menggunakan produk pertanian sebagai bahan baku utama atau industri yang menghasilkan produk yang digunakan sebagai sarana atau sebagai input dalam usaha pertanian (Arifin, 2016).

Agroindustri memiliki peluang yang besar untuk dapat dikembangkan serta memiliki peluang dalam sosial ekonomi, seperti dalam peningkatan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Sekitar 14% dari total tenaga kerja di Negara maju berperan dalam pengolahan agroindustri baik langsung maupun tidak langsung (Dhiman dan Rani, 2011).

Menurut Badan Pusat Statistik (2007) industri pengolahan adalah kegiatan ekonomi yang mengubah barang dasar menjadi barang jadi atau barang setengah jadi atau barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi. Sedangkan menurut Austin dalam Josua (2018) agroindustri adalah perusahaan yang melakukan

kegiatan pengolahan secara fisik maupun kimiawi yang berasal dari bahan baku tanaman dan hewan dan kemudian terjadinya perubahan bentuk dan peningkatan masa simpan produk. Agroindustri merupakan kegiatan yang menggunakan sumber daya alam sebagai inputnya, serta menciptakan jasa dan menyediakan alat.

Menurut Soekartawi (1999) pengolahan hasil pertanian memiliki banyak keuntungan yang penting karena hal-hal berikut ini harus diperhatikan:

1. Meningkatkan Nilai Tambah

Pengolahan yang tepat oleh produsen akan meningkatkan nilai tambah produk olahan pertanian. Namun pada umumnya petani menjual hasil panennya secara langsung hanya karena ingin mendapatkan uang tunai dengan cepat. Oleh karena itu penanganan pasca panen tidak diperhitungkan, sehingga petani tidak memperoleh nilai tambah, bahkan nilai produk pertanian itu sendiri menjadi rendah.

2. Kualitas Hasil

Tujuan dari produk pertanian adalah untuk meningkatkan kualitas. Dengan kualitas barang yang baik, semakin tinggi nilai barang, maka kebutuhan konsumen semakin terpuaskan.

3. Penyerapan Tenaga Kerja

Dengan hadirnya pengolahan hasil yang dilakukan, banyak pekerjaan yang diperlukan. Tentu saja, produk pertanian pun terkadang membutuhkan tenaga kerja yang relatif besar dalam operasi pengolahannya.

4. Meningkatkan Keterampilan

Adanya keahlian akan meningkatkan akumulasi keterampilan untuk mendapatkan pertanian yang lebih baik.

5. Meningkatkan Pendapatan

Proses pengolahan yang lebih baik menghasilkan total pendapatan yang lebih tinggi. Jika situasi memungkinkan, petani harus mengolah sendiri hasil pertaniannya untuk mencapai kualitas pendapatan atau keuntungan yang lebih baik.

2.2.1. Penggunaan Faktor Produksi

Kegiatan produksi berkaitan erat dengan faktor-faktor produksi, sehingga bagi seorang pemimpin sebagai pengambil keputusan harus diperhatikan dengan serius, dimana faktor-faktor inilah nantinya yang diolah dalam suatu proses untuk menambah kegunaan suatu barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi, faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa. Pada awalnya faktor-faktor produksi terbagi menjadi empat kelompok yaitu tenaga kerja, modal, sumber daya alam dan kewirausahaan (Subagyo, 2000). Namun faktor produksi menurut Assauri (2004) yaitu terdiri dari tenaga kerja, modal, keterampilan, bahan baku serta peralatan. Sedangkan menurut Griffin (2005) dalam ilmu ekonomi, faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa, adapun faktor-faktor produksi dibagi menjadi empat kelompok yaitu lahan (tanah), tenaga kerja, modal (modal pembelian benih, pupuk, dll) dan manajemen.

2.2.1.1 Proses Produksi

Proses adalah cara atau teknik untuk mencapai produksi, sedangkan produksi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan dan meningkatkan kegunaan

(*utility*) barang dan jasa. Dengan demikian, proses produksi adalah sebuah cara atau teknik untuk meningkatkan kegunaan barang dan jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang ada (Arifin, 2016).

Menurut Yamit (2003) proses produksi adalah suatu kegiatan yang melibatkan tenaga manusia, serta peralatan yang digunakan untuk membuat produk yang digunakan. Proses produksi adalah sarana, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah nilai guna barang dan menambah kegunaan jasa dengan menggunakan sumber daya (seperti tenaga kerja, mesin atau teknologi) produksi (Reksohadiprodjo, 2014).

2.2.1.2 Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam membuat suatu produk. Sedangkan bahan penunjang yaitu bahan tambahan yang dibutuhkan dalam proses pengolahan (Gumbira dan Harizt, 2001).

Bahan baku juga dapat diartikan sebagai persediaan yang dibeli oleh perusahaan untuk diproses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya menjadi barang jadi atau produk jadi dari perusahaan. Menurut Handoko (2000) persediaan dapat dibedakan menurut posisi barang yaitu; (1) persediaan bahan mentah, persediaan barang yang belum diolah atau yang disebut bahan mentah, (2) persediaan komponen rakitan, yaitu khususnya persediaan perusahaan lain yang dapat dirakit langsung menjadi produk, (3) persediaan barang dalam proses, yaitu persediaan dari setiap proses pembuatan atau barang telah diubah menjadi bentuk, tetapi belum mengalami konversi lebih lanjut yang diperlukan untuk menjadi barang jadi, (4) persediaan bahan pembantu atau penolong, yaitu persediaan barang yang diperlukan dalam

proses produksi, tetapi tidak bagian atau komponen produk barang jadi, (5) persediaan barang jadi, yaitu barang yang telah diolah atau telah menjadi produk yang siap dijual atau dikirim ke pelanggan.

a. Ikan

Ikan merupakan salah satu ciptaan Allah ‘Azza Wa Jalla yang memiliki sejuta manfaat bagi manusia. Ikan bisa dikonsumsi dan bisa dijadikan sebagai penghasilan. Ikan dapat ditemukan di sungai, danau, rawa, laut, kolam dan lain sebagainya.

Sebagaimana firman Allah Subhanahu Wa Ta’ala dalam surah An-Nahl (16) Ayat 14 yang berbunyi:

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حَبًا تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلْكَ
مَوَاحِرَ فِيهِ وَلِيَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ (١٤)

Artinya: *Dan Dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan dari padanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai, dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dan karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur.*

Dari ayat diatas telah dijelaskan bahwa Allah SWT telah menyediakan laut yang didalamnya terdapat berbagai jenis ikan yang dapat dimakan dan dimanfaatkan untuk kebutuhan manusia. Daging ikan mengandung kandungan protein yang sangat tinggi, protein dalam kandungan ikan tersebut tersusun atas asam amino esensial yang dibutuhkan tubuh sebagai sumber energi, membantu dalam pertumbuhan dan pemeliharaan tubuh serta memperkuat sistem imun. Dibandingkan dengan produk

hewani lainnya, ikan memiliki beberapa keunggulan seperti daging ikan mudah dicerna oleh tubuh, daging ikan lebih banyak mengandung asam-asam lemak tak jenuh dengan rendah kolesterol dan daging ikan mengandung beberapa mineral seperti K, Cl, P, S, Mg, Ca, Fe, Ma, Zn, Cu, Vitamin A dan D.

Selain memiliki kelebihan, ternyata ikan juga memiliki kekurangan. Ikan merupakan salah satu bahan makanan yang mudah membusuk, jika tidak langsung diberi perlakuan setelah ikan mati, maka ikan akan mengalami penurunan mutu (Warsidi, 2009). Hal ini disebabkan karena kandungan air yang terdapat didalam tubuh ikan cukup tinggi sehingga ikan cepat mengalami pembusukan dan mudah rusak.

Beberapa jenis ikan yang menjadi bahan baku dalam agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau yaitu ikan duri, ikan gulama batu, dan ikan gulama samge. Ikan duri (*Hexanemachthys sagor*) adalah ikan yang hidup di perairan subtropis dan tropis, dinamakan ikan duri karena terdapat sebuah duri yang keras dan berbisa pada sirip punggung, sirip dada dan sirip dubur ikan. Tubuh ikan duri memanjang dan memipih ke arah belakang, tidak memiliki sisik dan terdapat tiga pasang sungut di sekitar mulutnya. Ikan gulama (*J. trachycephalus*) merupakan jenis ikan yang hidup di perairan laut dan payau. Ikan gulama terbagi menjadi dua jenis yaitu, ikan gulama batu dan ikan gulama samge. Ikan gulama batu memiliki bentuk tubuh lonjong pendek, memiliki sisik yang kasar dan besar serta ekor ikan gulama batu berwarna putih. Sedangkan ikan gulama samge memiliki bentuk tubuh lonjong memanjang, sisik yang halus dan tipis serta memiliki ekor berwarna hitam.

2.2.1.3 Penggunaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang secara langsung maupun tidak langsung menjalankan kegiatan produksi. Dalam faktor produksi tenaga kerja, terkandung unsur fisik, pikiran serta kemampuan yang dimiliki oleh tenaga kerja. Oleh karena itu tenaga kerja dapat dikelompokkan berdasarkan kualitas (kemampuan dan keahlian) dan berdasarkan sifat kerjanya. Berdasarkan kualitasnya, tenaga kerja dapat dibagi menjadi tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terampil, dan tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih. Sedangkan berdasarkan sifatnya, tenaga kerja terbagi menjadi tenaga kerja rohani dan tenaga kerja jasmani (Syafni, 2010). Tenaga kerja merupakan faktor produksi dimana dapat diperoleh dari tenaga kerja dalam keluarga dan luar keluarga (Hernanto, 2009).

2.2.2 Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan suatu benda atau semua kegiatan yang dilakukan untuk kepuasan orang lain melalui pertukaran yang mencakup semua usaha manusia dan kemampuan untuk menambah nilai barang kepada orang lain dengan memuaskan kebutuhan manusia (Ummi, 2015). Soeprihanto dalam Ummi (2015) yaitu segala kegiatan yang menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa, dimana untuk kegiatan tersebut melibatkan beberapa faktor produksi.

2.2.3 Biaya Produksi

Biaya adalah semua pengorbanan yang dilakukan untuk proses produksi, dinyatakan dalam mata uang dengan harga pasar yang berlaku, termasuk yang telah atau akan terjadi. Biaya dibedakan menjadi dua, yaitu biaya eksplisit dan biaya

implisit. Biaya eksplisit adalah biaya aktual yang dapat dilihat seperti uang. Sedangkan yang dimaksud dengan biaya implisit adalah biaya yang tidak langsung diakui, seperti biaya kesempatan dan penyusutan barang modal. (Anonim, 2012).

Hermanto (1991) mengemukakan bahwa biaya dapat dikategorikan sebagai biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*) yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Biaya tetap (*fixed cost*), adalah biaya yang secara tetap dibayar atau dikeluarkan oleh produsen atau pelaku usaha dan tingkat biayanya tidak dipengaruhi oleh tingkat produksi. Jenis biaya tetap adalah sewa gudang, sewa gedung, biaya penyusutan alat, dan gaji karyawan. Biaya penyusutan dapat diartikan sebagai pengalokasian harga suatu aktiva tetap selama masa kegunaannya, biaya penyusutan ini diakibatkan oleh berkurangnya manfaat suatu aktiva dari waktu ke waktu (Hermanto, 1996).
2. Biaya variabel (*variable cost*), adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha karena penggunaan variabel, sehingga jumlah biaya variabel berubah dengan perubahan jumlah barang yang diproduksi dalam jangka pendek. Kategori biaya variabel adalah biaya bahan baku bahan penunjang dan sebagainya.

Selain itu terdapat pula biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung adalah biaya yang langsung digunakan dalam proses produksi, sedangkan biaya tidak langsung adalah biaya penyusutan dan lain sebagainya.

2.2.4 Pendapatan

Menurut Suroto (2000) pendapatan adalah semua pendapatan yang berupa uang atau berupa barang yang diperoleh dari pihak lain maupun hasil industri yang

dinilai berdasarkan jumlah uang atau harta yang tersedia. Pendapatan diperoleh dari sumber penghasilan seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup dan terutama untuk kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Zaki (1997) pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan aktiva suatu badan usaha atau pembayaran utang dengan lunas (atau kombinasi dari keduanya) selama suatu periode waktu sejak pengiriman barang atau produksi barang, penyediaan layanan atau kegiatan utama perusahaan.

a. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor adalah nilai yang dihasilkan dalam suatu periode tertentu, baik untuk dijual maupun tidak untuk dijual. Pengeluaran total (total biaya) diperoleh dari nilai seluruh input yang digunakan dalam suatu proses produksi (Soekartawi, 1993).

b. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih yaitu selisih antara penerimaan dan pengeluaran kotor usaha, yang berguna untuk mengukur imbalan yang diperoleh dari penggunaan faktor produksi. Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, sering dijumpai jika bertambahnya pendapatan seseorang, maka barang yang dikonsumsi bukan hanya bertambah, melainkan kualitas barang tersebut juga akan ikut menjadi perhatian (Soekartawi, 2012).

2.2.5 Efisiensi Usaha

Efisiensi adalah hasil perbandingan antara output material dan input material. Semakin tinggi rasio output terhadap input, semakin tinggi tingkat efisiensi yang akan

dicapai. Efisiensi dibedakan menjadi 3 kategori yang meliputi efisiensi teknis, alokatif dan ekonomis. Efisiensi teknis adalah membicarakan hubungan antara input dan output, efisiensi alokatif yaitu apabila suatu penambahan mampu memaksimalkan keuntungan yaitu dengan menyamakan produk marjinal setiap faktor produksi dengan harganya, sedangkan pada efisiensi ekonomis berhasil dicapai apabila kedua efisiensi diatas dapat tercapai (Indah Susantun, 2000). *Return Cost Of Ratio (RCR)* juga merupakan perbandingan antara total pendapatan dan biaya total. Dimana pendapatan dapat diperoleh dengan cara mengalikan jumlah input dengan harga output dan dibandingkan dengan biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Mulyadi (2007) efisiensi adalah ketepatan cara (usaha dan kerja) untuk membuat sesuatu bekerja tanpa membuang waktu, tenaga dan biaya. Pendapatan yang tinggi tidak selalu berarti efisiensi yang tinggi, karena kemungkinan pendapatan yang besar dapat diperoleh dari investasi yang besar. RCR adalah singkatan dari *Return Cost Ratio* yang dikenal sebagai perbandingan antara penerimaan dan biaya. Semakin besar nilai efisiensi usaha, maka usaha tersebut akan semakin efisien, secara teoritis $R/C = 1$, artinya tidak mengalami keuntungan dan tidak mengalami kerugian, $R/C > 1$, artinya usaha yang dilakukan efisien dan menguntungkan dan $R/C < 1$, artinya usaha tidak efisien dan tidak menguntungkan (Soekartawi, 2002).

2.2.6 Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan pertambahan nilai suatu komoditas karena telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2012). Sedangkan menurut Hayami dkk, dalam Alfredo (2017) nilai tambah yaitu adanya pertambahan nilai

suatu produk karena telah melewati proses pengolahan, pengangkutan, ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dalam proses pengolahan nilai tambah dapat diuraikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja.

Menurut Hayami dkk (1987) nilai tambah adalah bertambahnya nilai suatu produk karena adanya input fungsional yang diterapkan pada produk tersebut. Input fungsional tersebut berupa proses perubahan bentuk (*form utility*), perpindahan tempat (*place utility*), maupun penyimpanan (*time utility*). Semakin banyak komponen yang berubah, maka semakin besar nilai tambah yang diperoleh. Nilai tambah dapat dihitung dengan dua cara yaitu menghitung nilai tambah selama pemrosesan dan menghitung nilai tambah selama proses pemasaran. Secara umum nilai tambah dapat dihitung dengan menghitung nilai variabel-variabel output, input, harga bahan baku, dan sumbangan input lainnya serta balas jasa dari masing-masing faktor produksi.

2.3 Pemasaran

Menurut Kotler (2000) pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana seseorang dapat memperoleh suatu barang yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran produk dan nilai. Tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan seseorang serta mendapatkan keuntungan. Pemasaran juga merupakan keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan pembeli saat ini dan calon pembeli (William, 1985).

Pemasaran mencakup tindakan yang mendorong pemindahan kepemilikan barang dan jasa dan distribusi fisiknya. Proses pemasaran mencakup aspek fisik dan nonfisik. Aspek fisik berkaitan dengan pergerakan barang-barang ke tempat di mana mereka harus pergi, sedangkan aspek nonfisik yaitu penjual harus mengetahui apa yang diinginkan pembeli dan pembeli juga harus pula mengetahui apa yang dijual (Firdaus, 2012).

2.3.1 Lembaga dan Saluran Pemasaran

a) Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang melakukan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir dan memiliki hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran yaitu menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dan memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin (Kotler, 2000). Lembaga pemasaran muncul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu (*time utility*), tempat (*place utility*), dan bentuk (*form utility*). Lembaga pemasaran juga dapat dianggap sebagai perusahaan atau individu yang melakukan kegiatan pemasaran, mendistribusikan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dengan badan usaha atau individu. Lembaga pemasaran ini lahir akibat kebutuhan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya (Nyoman, 2017). Kelembagaan pemasaran menurut Asmarantaka (2012) terdiri dari:

1. Pedagang perantara (*merchant middlemen*), merupakan pedagang yang menjalankan fungsi pemasaran dalam jual beli produk dari produsen ke

konsumen. Pedagang perantara terbagi menjadi pedagang pengumpul, pedagang eceran dan pedagang grosir.

2. Agen perantara (*agent middlemen*), yaitu individu yang merupakan perwakilan dari suatu lembaga dalam melakukan kegiatan penanganan produk atau jasa.
3. Spekulator (*speculative middlemen*), merupakan pedagang perantara yang membeli dan menjual produk dengan memanfaatkan fluktuatif harga untuk mencari keuntungan.
4. Pengolah dan industri (*processor and manufacturers*), merupakan individu atau kelompok yang melakukan kegiatan perubahan bentuk dari produk primer menjadi produk setengah jadi atau produk akhir.
5. Organisasi (*facilitative organization*), yaitu kelompok yang dapat membantu kelancaran pelaksanaan pemasaran atau pelaksanaan dari fungsi-fungsi pemasaran.

b) Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah jalur yang dilalui produk dari produsen ke konsumen akhir. Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang akan dikonsumsi oleh konsumen. Tugas saluran pemasaran adalah membawa barang dari produsen ke konsumen. Hal itu dapat mengatasi perbedaan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari sekelompok orang yang membutuhkannya (Kotler, 2002). Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dalam kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Penyalur ini secara efektif

akan mengusahakan perpindahan barang bukan hanya secara fisik, melainkan barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen (Stanton, 1993).

Menurut Hasriani (2018) untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Saluran distribusi langsung, yaitu produsen langsung melakukan transaksi kepada konsumen. Keuntungan dari distribusi langsung adalah ketika produsen menjual secara langsung kepada konsumen.
2. Saluran distribusi tidak langsung, yaitu produsen menyalurkan produknya melalui perantara yang kemudian disalurkan ke konsumen akhir.

Swasta (2000) dalam melakukan penyaluran barang konsumsi yang ditujukan ke konsumen. Pada setiap saluran, produsen mempunyai *alternative* yang sama untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi adalah sebagai berikut:

- a. Produsen → Konsumen
- b. Produsen → Pengecer → Konsumen
- c. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen
- d. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen
- e. Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Panjang pendeknya saluran pemasaran diatas oleh suatu produk pertanian terdiri dari beberapa faktor; 1) jarak antara produsen ke konsumen, jika jarak produsen ke konsumen semakin jauh, maka semakin panjang saluran pemasaran yang dilalui oleh produk; 2) cepat tidaknya produk rusak, yaitu produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen, dengan begitu harus dilalui dengan saluran yang pendek dan cepat; 3) skala produksi, bila skala produksi kecil, maka

produsen tidak akan beruntung jika langsung menjualnya ke pasar, maka dari itu kehadiran perantara sangat dibutuhkan dan saluran pemasaran cenderung panjang; 4) posisi keuangan produsen, produsen yang memiliki posisi keuangan yang kuat akan cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran (Rahim, 2007).

2.3.2 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran ada tiga fungsi dasar yaitu; (1) fungsi pertukaran (*exchange function*), meliputi fungsi penjualan (*selling*) dan fungsi pembelian (*buying*), (2) fungsi fisis (*function of physical*) yaitu terdiri dari penyimpanan/penggudangan, pengangkutan dan pengolahan, (3) fungsi penyediaan sarana (*the facilitating function*) yaitu meliputi, standarisasi (*standardization*), penanggungungan resiko (*risk taking*), pembiayaan (*financing*) dan informasi pasar (*market information*) (Firdaus, 2012).

1. Fungsi Pertukaran
 - a. Fungsi penjualan, yaitu mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan melibatkan harga.
 - b. Fungsi pembelian, yaitu meliputi segala kegiatan dalam rangka memperoleh produk dengan kualitas dan jumlah yang diinginkan pembeli.
2. Fungsi Fisis
 - a. Penyimpanan/penggudangan, yaitu suatu proses penyimpanan atau menahan barang-barang selama jangka waktu tertentu.
 - b. Pengangkutan, yaitu merupakan gerakan perpindahan barang dari asal mereka menuju ke tempat lain yang diinginkan (konsumen).

c. Pengolahan, yaitu pada umumnya komoditas pertanian sebagian besar adalah bahan mentah bagi industri sehingga pengolahan sangat diperlukan untuk memperoleh nilai tambah.

3. Fungsi Penyediaan Sarana

- a. Standarisasi, yaitu penetapan standar-standar pokok dalam rangka menentukan standar yang sesuai, seperti penentuan mutu barang menurut ukuran atau patokan tertentu.
- b. Penanggungan resiko dilaksanakan oleh semua pelaku dalam setiap tahapan proses pemasaran.
- c. Pembiayaan, yaitu mengeluarkan biaya untuk suatu kegiatan fungsional.
- d. Informasi pasar, yaitu suatu kegiatan yang mencakup pengumpulan informasi, komunikasi dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana dan kebijaksanaan perusahaan.

2.3.3 Biaya Pemasaran

Menurut Rahim (2007) secara umum biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen untuk memperlancar usahanya serta mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya juga merupakan pengorbanan yang diukur dengan alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usahatannya. Biaya pemasaran diukur dengan margin pemasaran, yang sebenarnya hanya menunjukkan sebagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutupi biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran (Firdaus, 2012).

Menurut Mulyadi (2005) biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang, sampai pada

saat produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai. Secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan; (1) Biaya untuk mendapatkan pesanan, yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan; (2) Biaya untuk memenuhi pesanan, yaitu semua biaya yang dikeluarkan produk sampai ke tangan pembeli.

2.3.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga atau selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen, dan dapat juga dinyatakan sebagai nilai jasa untuk melakukan kegiatan pemasaran dari produsen ke konsumen akhir. Kegiatan pengangkutan barang dari titik produsen ke titik konsumen memerlukan upaya fisik maupun material (Limbong dan Sitorus, 1987).

Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima petani dengan harga yang telah dibayarkan oleh konsumen (Elly, dkk. 2013). Margin pemasaran yaitu perbedaan harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya saluran pemasaran mempengaruhi margin pemasaran, semakin panjang saluran pemasaran akan menyebabkan semakin besar margin pemasaran, karena melibatkan banyak lembaga pemasaran. Besarnya angka margin pemasaran akan menyebabkan harga yang diterima produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung ke produsen (Ismayanti dalam Wenda, R 2021).

2.3.5 Keuntungan Pemasaran

Keuntungan adalah margin pemasaran yang diterima oleh pengusaha, kemudian dikurangi total biaya pemasaran. Sehingga keuntungan diperoleh dari

pendapatan total dikurangi dengan biaya total. Keuntungan ditentukan oleh dua hal, yaitu penerimaan dan biaya. Jika perubahan pendapatan lebih besar dari pada perubahan biaya untuk setiap output, maka keuntungan yang diterima akan meningkat. Jika perubahan pendapatan lebih kecil dari pada perubahan biaya, maka keuntungan yang diterima akan menurun. Keuntungan akan maksimal jika perubahan pendapatan sama dengan perubahan biaya (Lipsey, 1990).

Manfaat dari analisis keuntungan menurut Lipsey (1995) yaitu untuk menilai penggunaan sumber daya langka secara optimal. Besarnya keuntungan usaha tergantung pada jumlah penerimaan dan pengeluaran selama periode tertentu. Oleh karena itu, tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan bisnis, jika sebuah perusahaan ingin meraih keuntungan maka ia harus memaksimalkan penerimaan dan meminimalkan biaya.

2.3.6 Farmer's Share

Salah satu indikator efisiensi operasional dalam kegiatan pemasaran adalah dengan menghitung bagian yang diterima oleh petani (*farmer's share*). *Farmer's share* adalah persentase harga jual petani terhadap harga ditingkat pengecer atau harga yang dibayar konsumen akhir. Besarnya nilai *farmer's share* tidak serta merta menunjukkan jalur pemasaran yang efisien. Suatu saluran pemasaran dikatakan efisien jika memiliki margin pemasaran yang kecil dan *farmer's share* yang terbesar, maka saluran pemasaran dapat dikatakan efisien, akan tetapi jika saluran pemasaran yang memiliki margin pemasaran terbesar dan *farmer's share* terkecil, maka dikatakan sebagai saluran pemasaran yang kurang efisien (Kadek, J, dkk. 2014).

Menurut Elly (2013) analisis tentang *farmer's share* bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persentase.

2.3.7 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran yaitu kemampuan dalam memasarkan suatu barang untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menyampaikan hasil produsen ke konsumen dengan harga yang semurah-murahnya. Pemasaran yang efisien, semua harga barang harus bergerak serentak serta merespon kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Kecepatan perubahan harga pasar terbentuk oleh saling berpengaruhnya satu pasar dengan pasar yang lainnya (Kumar, 2007).

Menurut Ismail dalam Wayan (2020) sistem pemasaran yang efisien jika memberikan keuntungan kepada pelaku usaha yang melibatkan proses produksi sampai ke proses penjualan akhir. Kegiatan pemasaran berjalan lancar jika memiliki daya beli konsumen yang tinggi dan distribusi secara tepat. Saluran pemasaran yang panjang menyebabkan biaya pemasaran yang tinggi, karena setiap perantara ingin mendapatkan keuntungan untuk menutupi biaya pemasaran yang telah dikeluarkan. Semakin kecil persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin efisien, sebaliknya jika semakin besar persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin tidak efisien.

Efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara input (masukan) dan output (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), dan merupakan hasil terbaik yang dicapai dengan penggunaan sumber daya yang terbatas (Yogi, 2018).

2.4 Penelitian Terdahulu

Popi (2017) melakukan penelitian dengan judul Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin Bulu Ayam di Desa Tenggayun Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik pengusaha dan profil usaha asgroindustri ikan asin bulu ayam, menganalisis penggunaan faktor produksi dan teknologi asgroindustri ikan asin bulu ayam, menganalisis biaya, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah serta menganalisis saluran, biaya, margin dan efisiensi ikan asin bulu ayam di Desa Tenggayun Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, untuk menentukan responden menggunakan metode sensus. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha ikan asin meliputi, umur rata-rata 44 tahun, pendidikan rata-rata hanya tingkat SMP, pengalaman berusaha rata-rata 25 tahun dan jumlah tanggungan keluarga yaitu 6 (enam) jiwa, bentuk usaha ikan asin bulu ayam ini adalah usaha perorangan. Penggunaan bahan baku ikan segar bulu ayam sebanyak 19,5 Kg, yang diperoleh dari hasil tangkapan sendiri. Rata-rata biaya produksi ikan asin bulu ayam sebesar Rp. 319.964/proses produksi, pendapatan bersih rata-rata sebesar Rp. 200.036 dan RCR usaha ikan asin bulu ayam sebesar 1,63 dan nilai tambah dari usaha ikan asin bulu ayam yaitu sebesar Rp. 9.615/Kg. Sedangkan analisis biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I yaitu sebesar Rp. 1.700/Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp. 5.000/Kg, keuntungan yang diterima pedagang pengumpul sebesar Rp. 2.000/Kg dan keuntungan yang diterima pedagang pengecer sebesar Rp. 1.300/Kg, efisiensi ikan asin bulu ayam ini sebesar

3,77%. Pada saluran II, biaya pemasaran yaitu Rp. 1.200/Kg, dengan margin Rp. 5.000/Kg, keuntungan yang diterima sebesar Rp. 3.800/Kg dan efisiensi pemasaran sebesar 2,67%. Dari kedua saluran diatas, saluran pemasaran II merupakan saluran yang paling efisien.

Fajar (2014) melakukan penelitian dengan judul Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin (Studi Kasus di Desa Nelayan Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil usaha agroindustri ikan asin, menganalisis penggunaan faktor produksi dan teknologi agroindustri, menganalisis biaya, produksi, pendapatan, efisien, nilai tambah dan menganalisis saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, margin, serta efisiensi pemasaran ikan asin di Desa Nelayan Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha ikan asin yaitu rata-rata umur 44 tahun, pendidikan rata-rata 9 tahun, pengalaman berusaha rata-rata 8 tahun dan jumlah tanggungan keluarga 3 orang. Penggunaan faktor produksi bahan baku yakni; ikan gulama sebesar 1.466 Kg, ikan sembilang 630 Kg dan ikan belanak 1.047 Kg. Rata-rata biaya produksi ikan gulama sebesar Rp. 6.795.417, ikan sembilang Rp. 4.179.989 dan ikan belanak Rp. 5.377.234/proses produksi dengan produksi ikan asin yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi adalah ikan gulama sebesar Rp. 1.319,23 Kg/proses produksi, ikan sembilang Rp. 566,91 Kg/proses produksi dan ikan belanak Rp. 942,28 Kg/proses produksi. Nilai tambah pada ikan asin gulama sebesar Rp. 4.833,18/Kg, ikan

sembilang sebesar Rp. 8.233,17/Kg dan ikan belanak Rp. 4.333,15/Kg. Nilai efisiensi pada saluran pemasaran II lebih kecil yaitu ikan asin gulama sebesar 7,19%, ikan asin sembilang 4,60% dan 7,19% dibandingkan pada saluran pemasaran I yaitu sebesar ikan asin gulama 10,3%, ikan asin sembilang 6,6% dan ikan asin belanak 10,3%. Sehingga saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran I.

Rolf (2016) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis input, proses dan output, menghitung besarnya investasi dan keuntungan, serta menganalisis prospek dan kendala dalam pengembangan usaha pengolahan ikan asin di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, metode penentuan responden menggunakan metode sensus. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa input produksi meliputi bahan baku dan bahan penunjang, input produksi perlu ditingkatkan agar output yang dihasilkan lebih berkualitas. Dalam sekali produksi output yang dihasilkan sebesar 360/Kg. Modal tetap yaitu sebesar Rp. 16.760.000 dan modal kerja sebesar Rp. 60.192.000 sehingga total investasi yaitu Rp. 76.952.000 dan total biaya perbulannya yaitu sebesar Rp. 61.024.917, keuntungan yang diperoleh setiap bulannya yaitu sebesar Rp. 9.895.000. kendala yang dihadapi oleh pengusaha ikan asin di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara yaitu ketersediaan bahan baku yang tidak menentu, rendahnya mutu dan kualitas ikan asin dan rendahnya tingkat pendidikan tenaga kerjanya.

Ahwal (2018) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Kering di Desa Jangkar Kecamatan Jangkar Kabupaten Situbondo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pemasaran, saluran pemasaran, margin pemasaran dan model strategi pemasaran yang efektif dan efisien pada usaha ikan kering yang ada di Desa Jangkar Kecamatan Jangkar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Sampling Jenuh (sensus)*. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran melalui perantara agen atau penyalur (tengkulak) maupun langsung pedagang besar yang datang ke pelaku ikan kering dan ada juga yang langsung dijual ke konsumen dengan dijual ke pasar lokal maupun pasar kampung. Saluran pemasaran ikan kering di Desa Jangkar membentuk beberapa pola saluran pemasaran; (1) pola saluran I yaitu, dari produsen ke pedagang besar; (2) pola saluran II yaitu, dari produsen ke tengkulak kemudian ke pedagang besar; (3) pola saluran III yaitu, dari produsen ke tengkulak kemudian lanjut ke pedagang pengecer; (4) pola saluran IV yaitu, dari produsen langsung ke konsumen akhir. Besarnya margin pemasaran pada pola pemasaran I yaitu sebesar Rp. 5000, pada pola pemasaran II sebesar Rp. 8000 melalui tengkulak 1 dan Rp. 7000 melalui tengkulak 2, kemudian pada pola pemasaran III besarnya margin yaitu Rp. 4.000 melalui tengkulak 1 dan pada pola pemasaran IV marginnya sebesar Rp. 0. Model strategi pemasaran yang efektif dan efisien yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

Yogi (2018) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Asin Aso-Aso (Studi Kasus di Desa Pasar II, Kecamatan Natal, Kabupaten

Mandailing Natal). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran ikan asin, margin pemasaran, share margin, dan efisien pemasaran ikan asin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, untuk menentukan responden menggunakan sensus atau sampel jenuh. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pada saluran pemasana I, total biaya pemasaran yakni sebesar Rp. 7.000/Kg, total keuntungan Rp. 23.000/Kg dan margin pemasaran yaitu sebesar Rp. 30.000/Kg. Sedangkan pada saluran pemasaran II, total biaya pemasaran sebesar Rp. 11.300/Kg, total keuntungan pemasaran Rp. 50.000/Kg dan margin pemasaran Rp. 44.400/Kg. Maka dari itu saluran pemasaran I lebih efisiensi secara ekonomis.

Alfredo (2017) melakukan penelitian dengan judul analisis nilai tambah pada industri pengolahan ikan asin (Studi Kasus Di Kecamatan Sei Lapan Kabupaten Langkat dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui berapa besar nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan ikan menjadi ikan asin serta untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan upaya yang dilakukan terhadap pengolahan ikan asin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, metode penentuan responden menggunakan metode sensus yakni semua individu yang ada di dalam populasi diselidiki atau diwawancarai sebagai responden. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persentase keuntungan pengolahan ikan asin gulama adalah 71,46%, persentase keuntungan pengolahan ikan asin kasai yaitu 55,65%, persentase keuntungan pengolahan ikan menjadi ikan kering tawar cincang rebung sebesar 68,5% dan persentase keuntungan pengolahan ikan menjadi ikan kering tawar kasai

62,07%. Oleh karena itu, maka nilai tambah ikan asin jenis gulama lebih tinggi dibandingkan ikan asin jenis lainnya. Kendala yang dihadapi pada penelitian ini yaitu cuaca hujan atau mendung yang dapat menghambat proses penjemuran dan jumlah bahan baku yang tergantung pada tangkapan nelayan. Upaya yang dilakukan adalah membawa ikan asin ketempat agak terbuka dan kering, memesan bahan baku kepada nelayan lainnya.

Fitri (2020) melakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha Ikan Asin (Studi Kasus Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka) dengan tujuan penelitian untuk menganalisis usaha pengolahan ikan segar menjadi ikan asin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, metode penentuan responden menggunakan metode sensus. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah analisis usaha ikan asin di Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka terdapat dua kelompok usaha yang didasarkan pada modal, yaitu skala besar dan skala kecil, masing-masing usaha skala kecil dan skala besar layak untuk diusahakan berdasarkan indikator BEP produksi, BEP harga, BEP penerimaan dan R/C ratio. Pada BEP produksi yang memiliki tingkat BEP tertinggi yaitu pada ikan asin Lesi yaitu sebesar Rp. 5,37Kg/hari, sedangkan pada BEP harga, yang paling menguntungkan yaitu ikan asin teri yaitu senilai Rp. 29.227/Kg/ dan BEP penerimaan yang terbesar yaitu pada ikan asin lesi sebesar Rp. 118.355/hari.

Hendrik (2010) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah Sumatera Utara dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengolahan ikan asin agar

ikan tidak mengalami pembusukan dengan cepat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey melalui pengamatan secara langsung ke lapangan. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder, sedangkan untuk mengetahui hasil pengolahan sarana produksi dianalisis secara deskriptif, sedangkan untuk perhitungan kelayakan usaha dilakukan analisis pinansial dengan menggunakan kriteria BCR, FRR, dan PPC. Dari hasil analisa kelayakan usaha pengolahan ikan asin dapat disimpulkan usaha ini masih layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan. Permasalahan yang dihadapi oleh nelayan pengolah adalah semakin berkurangnya hasil tangkapan nelayan dan banyaknya hasil perikanan yang dijual dalam bentuk segar.

Putri (2018) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kelayakan Usaha Pengolahan Ikan Asin Gulamah Batu (*pseudocienna amovensis*) (Kasus: Kelurahan Pematang Pasir, Kecamatan Teluk Nibung, Kotamadya Tanjung Balai) dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apakah usaha pengolahan Ikan Asin Gulamah Batu layak untuk tetap diusahakan di daerah penelitian. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh karakteristik sosial ekonomi meliputi umur, lama pendidikan, jumlah tanggungan, lama berusaha, luas tempat usaha, dan penggunaan modal, pengusaha terhadap pendapatan usaha pengolahan Ikan Asin Gulamah Batu. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus kelayakan yaitu R/C, BEP, UMK dan metode analisis linier berganda alat bantu SPSS 16. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini yaitu, pengolahan Ikan Asin Gulamah Batu diperoleh rata-rata nilai R/C sebesar 1,19. Dapat diketahui bahwa setiap Rp 1.000 biaya yang dikeluarkan

pengusaha dalam usaha pengolahan ikan asin gulamah batu maka akan memberikan penerimaan sebesar Rp 1.190. Berdasarkan kriteria kelayakan usaha dengan perhitungan $R/C > 1$ maka usaha pengolahan Ikan Asin Gulamah Batu dikatakan layak untuk tetap diusahakan, dan berdasarkan BEP produksi dan harga pada usaha pengolahan ikan asin ini layak untuk tetap dijalankan.

Kiki (2011) telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kabupaten Cilacap. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis besarnya biaya, penerimaan dan keuntungan serta menganalisis besarnya efisiensi usaha pengolahan ikan asin. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan pencatatan. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa biaya total rata-rata usaha pengolahan ikan asin sebesar Rp. 19.438.078,20/bulan dan penerimaan rata-rata yang diperoleh sebesar Rp. 33.216.666,67/bulan sehingga diperoleh keuntungan sebesar Rp. 13.778.588,47/bulan sehingga memperoleh nilai efisiensi sebesar 1,71.

2.5 Kerangka Pemikiran

Di Kabupaten Rokan Hilir tepatnya di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko merupakan salah satu sentra produksi perikanan. Dengan tersedianya bahan baku ikan yang cukup banyak, sehingga dapat dijadikan peluang usaha sebagai pokok mata pencaharian masyarakat Kabupaten Rokan Hilir dalam mengolah ikan

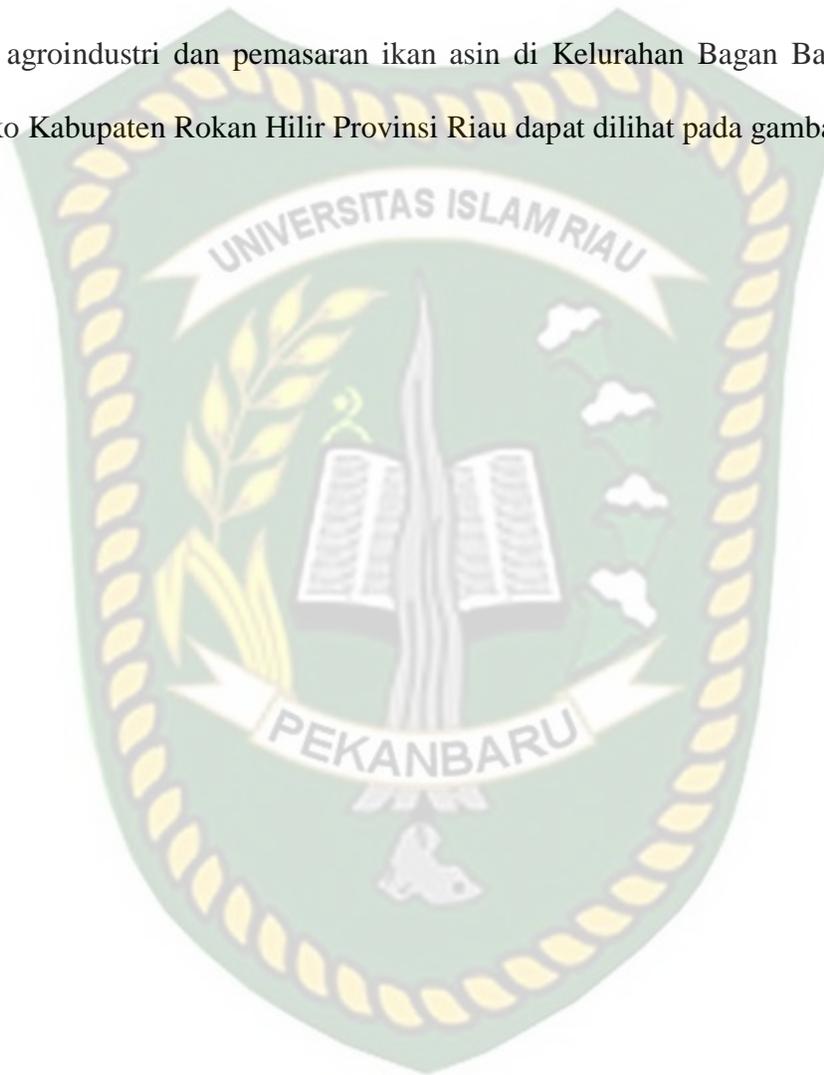
segar menjadi ikan asin. Ikan merupakan sumber protein yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Pada umumnya ikan ini cepat membusuk, maka dari itu pengolahan dan pengawetan ikan harus dilakukan agar ikan tidak cepat busuk, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah pada ikan.

Pengolahan ikan asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau menggunakan jenis ikan duri, ikan gulama batu dan ikan gulama samge, bahan baku tersebut diperoleh dari nelayan dengan cara membeli secara langsung kepada nelayan yang datang langsung ke tempat proses pengolahan ikan asin.

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh, bahwa pengusaha ikan asin memiliki permasalahan di daerah penelitian yaitu kurangnya modal yang dimiliki pengusaha untuk membeli bahan baku ikan segar kepada nelayan, sehingga mempengaruhi pendapatan pengusaha ikan asin serta banyaknya lembaga yang terlibat, sehingga terjadinya selisih harga yang relatif tinggi antara produsen dengan konsumen.

Untuk menganalisis karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan pedagang yaitu meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga, dan profil usaha meliputi sejarah usaha, skala usaha, modal usaha dan tenaga kerja, dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif, sedangkan untuk menganalisis agroindustri, meliputi penggunaan faktor produksi meliputi proses produksi, penggunaan bahan baku dan bahan penunjang dan penggunaan tenaga kerja, produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah dianalisis secara analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dan nilai tambah menggunakan

metode Hayami. Proses pendistribusian atau pemasaran ikan asin dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang meliputi lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Untuk lebih jelasnya usaha agroindustri dan pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau dapat dilihat pada gambar berikut:

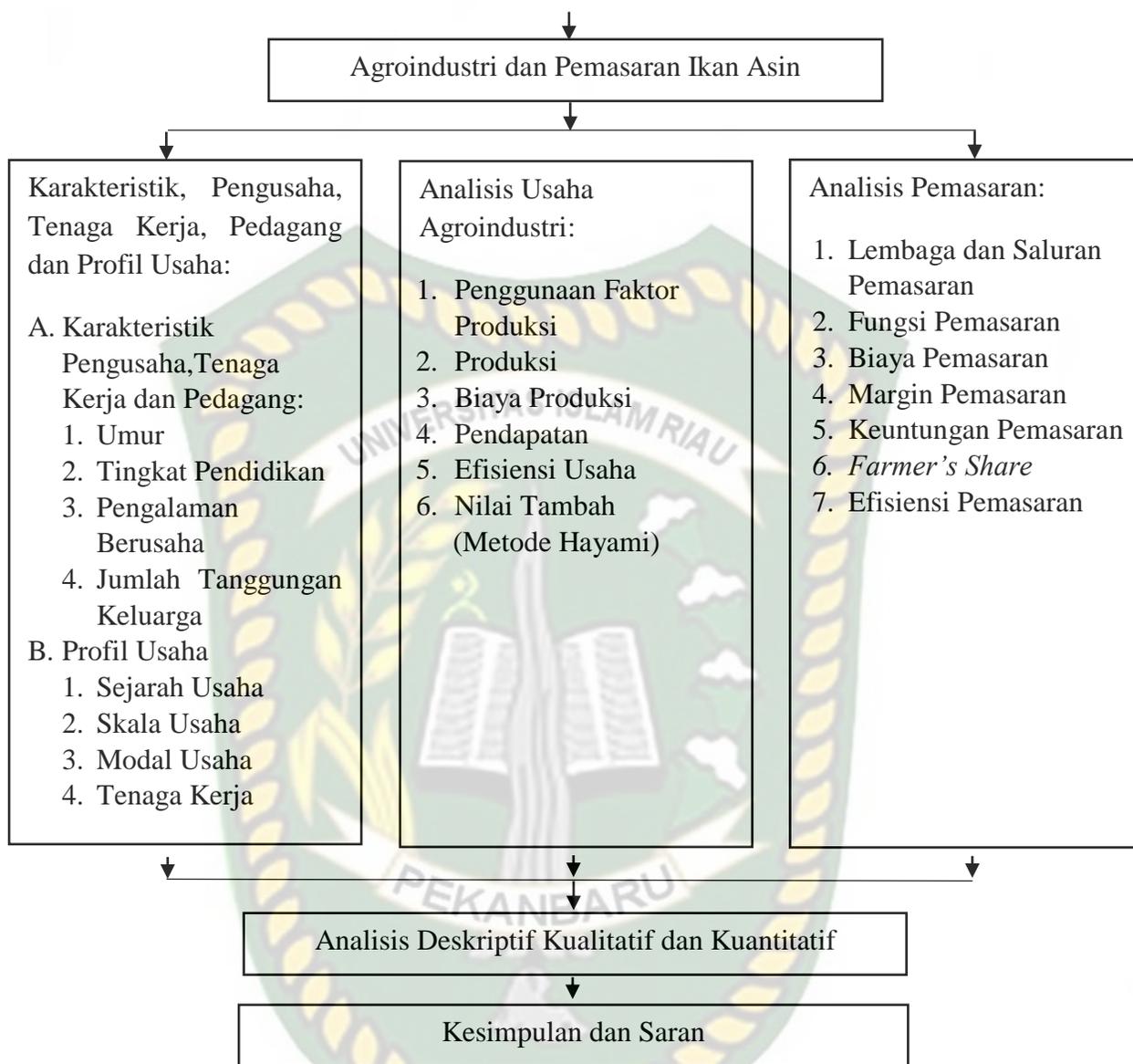


Potensi:

1. Tersedianya bahan baku ikan yang cukup banyak
2. Sentra pengolahan ikan asin

Permasalahan:

1. Rendahnya produktivitas dan keuntungan yang diperoleh pengusaha
2. Lemahnya manajemen usaha sehingga tidak efektif dan efisien pemasaran dan kurangnya memperluas jangkauan pemasarannya



Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survei pada usaha agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian yang mana Kelurahan Bagan Barat merupakan salah satu sentra pengolahan ikan asin untuk wilayah Rokan Hilir.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan dimulai dari bulan Maret 2022 sampai bulan Agustus 2022, yang terdiri dari tahap persiapan penyusunan proposal, seminar proposal, pelaksanaan pengumpulan data, analisis data dan penulisan laporan akhir.

3.2. Teknik Pengambilan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha, tenaga kerja, dan pedagang ikan asin yang ada di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Responden diambil secara sensus. Berdasarkan survei pendahuluan yang telah dilakukan di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau, total responden adalah sebanyak 17 orang, yang terdiri dari 3 orang pengusaha, 9 orang sebagai tenaga kerja, 2 orang sebagai agen dan 3 orang sebagai pedagang pengecer.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk kalimat atau

berupa gambaran deskriptif, sedangkan data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur dan dapat dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Dari gambaran deskriptif dan angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data.

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara dengan pengusaha ikan asin melalui penggunaan kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah dipersiapkan meliputi karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan pedagang ikan asin meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga, profil usaha meliputi sejarah usaha, skala usaha, modal usaha dan tenaga kerja, penggunaan faktor produksi, produksi, biaya produksi, lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran pada usaha agroindustri ikan asin.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau dari lembaga/instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik dan Dinas Perikanan Kabupaten Rokan Hilir. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi produksi perikanan tangkap di Indonesia, produksi perikanan tangkap dan produksi perikanan budidaya di Kabupaten Rokan Hilir, keadaan geografi meliputi gambaran umum daerah, keadaan demografi meliputi jumlah penduduk berdasarkan tingkat umur, penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dan penduduk berdasarkan mata pencaharian, keadaan agroindustri ikan asin serta informasi lain yang dianggap penting dan dapat mendukung serta dapat melengkapi penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menafsir istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa konsep operasional yaitu sebagai berikut:

1. Ikan asin adalah salah satu jenis olahan ikan, dengan pemberian banyak garam melalui proses pengeringan dengan tujuan untuk memperpanjang masa simpan ikan asin yang ada di Kelurahan Bagan Barat.
2. Karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan pedagang yaitu suatu ciri khas yang berkaitan dengan pelaku usaha ikan asin, tenaga kerja dan pedagang. Karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan pedagang ikan asin meliputi, umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga
3. Umur adalah lamanya waktu hidup responden ikan asin yang dihitung dari ia dilahirkan hingga saat ini (Tahun).
4. Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan yang sudah dilalui dan telah diselesaikan oleh pengusaha ikan asin (Tahun).
5. Pengalaman berusaha adalah lamanya waktu pengusaha menjalankan usaha ikan asin (Tahun).
6. Jumlah tanggungan keluarga yaitu banyaknya orang yang tinggal dalam satu rumah yang biaya kehidupannya ditanggung oleh pengusaha ikan asin (Orang).
7. Profil usaha adalah gambaran yang berisi ciri-ciri tentang usaha, meliputi: sejarah usaha, skala usaha, modal usaha dan tenaga kerja.
8. Sejarah usaha yaitu menjelaskan cerita asal mula pengusaha ikan asin mendirikan usahanya.

9. Skala usaha adalah besar kecilnya usaha ikan asin yang dijalankan oleh pengusaha berdasarkan pada jumlah tenaga kerja ikan asin.
10. Modal usaha adalah sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan usaha ikan asin (Rp).
11. Tenaga kerja yaitu jumlah orang yang langsung terlibat dalam satu kali proses produksi ikan asin (HOK/proses produksi).
12. Agroindustri ikan asin adalah suatu usaha yang mengolah ikan segar menjadi ikan asin melalui proses pengawetan dengan melibatkan metode penggaraman dan pengeringan.
13. Penggunaan faktor produksi yaitu sumberdaya yang digunakan dalam melakukan proses produksi ikan asin. Faktor-faktor produksi pada usaha agroindustri ikan asin terdiri dari proses produksi, penggunaan bahan baku dan bahan penunjang dan penggunaan tenaga kerja.
14. Proses produksi adalah tahapan untuk menghasilkan produk ikan asin mulai dari proses pembelahan ikan, pencucian, penggaraman, penjemuran dibawah sinar matahari dan pengemasan ikan asin. Dimana waktu setiap proses produksi yaitu selama tiga hari.
15. Bahan baku adalah bahan utama dalam proses produksi ikan asin, bahan baku yang digunakan adalah ikan duri, ikan gulama batu dan ikan gulama samge (Kg/proses produksi).
16. Bahan penunjang adalah bahan tambahan yang digunakan dalam proses produksi ikan asin yaitu, garam (Kg/proses produksi).

17. Produksi adalah hasil olahan berupa ikan asin yang berasal dari bahan baku ikan segar yang dihasilkan satu kali proses produksi (Kg/proses produksi)
18. Biaya produksi adalah biaya yang digunakan pengusaha untuk keperluan memproduksi ikan asin (Rp/proses produksi).
19. Biaya tetap adalah pengeluaran yang dikhususkan untuk proses produksi ikan asin yang tidak habis dalam satu kali proses produksi. Biaya tetap yang termasuk dalam penelitian ini adalah penyusutan dari semua alat yang digunakan pada usaha ikan asin (Rp/proses produksi).
20. Penyusutan adalah berkurangnya nilai suatu barang atau alat dikarenakan sudah digunakan dalam proses produksi ikan asin (Rp/unit).
21. Biaya variabel adalah biaya produksi yang habis digunakan dalam satu kali proses produksi. Dalam penelitian ini yang termasuk biaya variabel adalah bahan baku ikan segar, bahan penunjang meliputi garam, goni dan tali plastik (Rp/proses produksi).
22. Biaya total produksi ikan asin adalah seluruh biaya proses produksi yang telah dikeluarkan oleh pengusaha ikan asin (Rp/proses produksi).
23. Pendapatan ikan asin yaitu jumlah total uang yang diterima atas penjualan ikan asin. (Rp/proses produksi)
24. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil kali jumlah produksi dengan harga ikan asin. (Rp/proses produksi).
25. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh dari selisih pendapatan kotor dengan total biaya produksi ikan asin (Rp/proses produksi).

26. Efisiensi usaha adalah ukuran keberhasilan usaha agroindustri ikan asin yaitu, perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi
27. Nilai tambah adalah selisih nilai produk jadi dengan jumlah bahan baku ikan dan bahan penunjang ikan asin (Rp/proses produksi).
28. Pemasaran ikan asin adalah suatu penyaluran ikan asin dari produsen ke konsumen (Rp/Kg)
29. Lembaga pemasaran yaitu perusahaan atau individu yang membantu dalam menyalurkan ikan asin dari produsen ke konsumen.
30. Saluran pemasaran adalah jalur yang dilewati dalam menyampaikan ikan asin dari produsen ke konsumen.
31. Fungsi pemasaran ikan asin adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan ikan asin dari produsen ke konsumen, meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisis dan fungsi penyediaan sarana.
32. Biaya pemasaran ikan asin adalah biaya yang digunakan pengusaha untuk keperluan yang berhubungan dengan penjualan ikan asin (Rp/Kg).
33. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen (Rp/Kg).
34. Keuntungan pemasaran diperoleh dari margin pemasaran dikurangi biaya pemasaran. (Rp/Kg).
35. *Farmer's share* adalah persentase harga jual pengusaha terhadap harga ditingkat pengecer atau harga yang dibayar konsumen akhir (%).
36. Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran dengan harga jual ikan asin (%).

3.5. Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang sudah terkumpul dikelompokkan menurut jenisnya, lalu disajikan dalam bentuk tabel-tabel dan selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

3.5.1. Analisis Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang dan Profil Usaha Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau

Untuk menganalisis karakteristik pengusaha, tenaga kerja, pedagang dan profil usaha ikan asin di Kelurahan Bagan Barat dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang ditujukan untuk mendapatkan informasi mengenai karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan pedagang ikan asin meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga, dan profil usaha ikan asin meliputi sejarah usaha, skala usaha, modal usaha dan tenaga kerja.

3.5.2. Analisis Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau

Untuk menganalisis usaha agroindustri ikan asin yang ada di Kelurahan Bagan Barat digunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif yaitu meliputi faktor produksi, produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi usaha dan nilai tambah.

a. Penggunaan Faktor Produksi

Penggunaan faktor-faktor produksi dalam usaha agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat terdiri dari proses produksi, penggunaan bahan baku dan bahan penunjang dan penggunaan tenaga kerja dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif:

1. Proses Produksi

Proses produksi pada usaha agroindustri ikan asin yaitu suatu kegiatan untuk menghasilkan produk ikan asin dengan melalui beberapa tahapan, yaitu pembelahan ikan, pencucian, penggaraman, penjemuran dan pengemasan. Pada proses produksi menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

2. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang

Analisis bahan baku dan bahan penunjang yang digunakan dalam usaha agroindustri ikan asin ini dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Adapun bahan baku yang digunakan adalah ikan duri, ikan gulama batu dan ikan gulama samge. Sedangkan bahan penunjang yang digunakan yaitu garam, goni dan tali plastik.

3. Penggunaan Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja dalam usaha agroindustri ikan asin ini dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Tenaga kerja yang digunakan yaitu tenaga kerja luar keluarga.

b. Produksi

Produksi yaitu produk yang dihasilkan. Dalam usaha agroindustri ikan asin ini, produksinya yaitu ikan asin duri, ikan asin gulama batu dan ikan asin gulama samge. Produksi dianalisis menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

c. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh pengusaha ikan asin dalam satu kali proses produksi ikan asin. Biaya produksi pada usaha ikan

asin meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Untuk menghitung biaya produksi ikan asin maka digunakan rumus umum menurut Gaspersz (2006).

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

TC = Total Biaya Produksi Ikan Asin (Rp/proses produksi)

TFC = Total Biaya Tetap Ikan Asin (Rp/proses produksi)

TVC = Total Biaya Variabel Ikan Asin (Rp/proses produksi).

Peralatan yang digunakan pada agroindustri ikan asin pada dasarnya tidak habis untuk satu kali proses produksi (lebih dari satu tahun). Biaya peralatan yang dihitung sebagai komponen biaya produksi adalah nilai penyusutannya, untuk menghitung besarnya biaya penyusutan alat, maka digunakan rumus menurut Hermanto (1996) yaitu sebagai berikut:

$$D = \frac{NB-NS}{N} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

D = Nilai Penyusutan Alat Agroindustri Ikan Asin (Rp/proses produksi)

NB = Nilai Beli Alat Agroindustri Ikan Asin (Rp/unit/tahun)

NS = Nilai Sisa 20% dari Harga Beli Agroindustri Ikan Asin (Rp/unit/tahun)

N = Masa Pakai Alat Agroindustri Ikan Asin (Tahun)

d. Pendapatan

Pendapatan dalam usaha agroindustri ikan asin terdiri dari pendapatan kotor dan pendapatan bersih.

1. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor usaha ikan asin adalah pendapatan kotor yang diterima oleh pengusaha ikan asin. Menurut Soekartawi (1995) pendapatan kotor dapat diperoleh dengan mengalikan jumlah produksi ikan asin dengan harga ikan asin.

$$TR = Q \times P \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

TR = Pendapatan Kotor Ikan Asin (Rp)

Q = Jumlah Produksi Ikan Asin (Kg)

P = Harga Jual Ikan Asin (Rp/Kg)

2. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih usaha ikan asin adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya. Untuk menghitung pendapatan bersih pada usaha agroindustri ikan asin menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

π = Pendapatan Bersih Ikan Asin (Rp)

TR = Pendapatan Kotor Ikan Asin (Rp)

TC = Total Biaya Ikan Asin (Rp)

Untuk penelitian ini, maka rumus tersebut diuraikan menjadi:

$$\pi = Y \cdot Py - (X_1 \cdot Px_1 + X_2 \cdot Px_2 + X_3 \cdot Px_3) - D$$

Keterangan:

π = Pendapatan Bersih Ikan Asin (Rp/kg)

Y = Jumlah Produksi Ikan Asin (Kg/proses produksi)

P_y = Harga Jual Ikan Asin (Rp/Kg)

X_1 = Jumlah Bahan Baku Ikan Segar (Kg/proses produksi)

P_{x1} = Harga Bahan Baku Ikan Segar (Rp/Kg)

X_2 = Jumlah Bahan Penunjang Garam (Kg/proses produksi)

P_{x2} = Harga Bahan Penunjang Garam (Rp/proses produksi)

X_3 = Jumlah Tenaga Kerja Agroindustri Ikan Asin (HOK/proses produksi)

P_{x3} = Upah Tenaga Kerja Agroindustri Ikan Asin (Rp/HOK)

D = Penyusutan Alat (Rp/proses produksi)

e. Efisiensi Usaha

Untuk mengetahui tingkat efisiensi usaha agroindustri ikan asin dianalisis dengan menggunakan rumus menurut Hermanto (1991) perhitungan efisiensi usaha agroindustri ikan asin yang digunakan adalah Revenue Cost Ratio (R/C Ratio atau RCR). R/C Ratio adalah perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya.

Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

RCR = Efisiensi Usaha Agroindustri Ikan Asin

TR = Pendapatan Kotor Ikan Asin (Rp/proses produksi)

TC = Total Biaya Ikan Asin (Rp/proses produksi)

Dengan Kriteria:

- Jika $R/C > 1$ maka usaha agroindustri ikan asin yang dilakukan efisien dan menguntungkan untuk diusahakan.

- Jika $R/C < 1$ maka usaha agroindustri ikan asin tidak efisien dan tidak menguntungkan untuk diusahakan.
- Jika $R/C = 1$ maka usaha agroindustri ikan asin impas, yaitu usaha memberikan jumlah penerimaan yang sama dengan jumlah yang dikeluarkan.

f. Nilai Tambah

Pada penelitian ini nilai tambah yang dihitung yakni nilai tambah selama proses pengolahan ikan segar menjadi ikan asin. Prosedur perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

No	Variabel	Nilai
I. Output, input dan harga		
1	Output (Kg)	(1)
2	Input (Kg)	(2)
3	Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4	Faktor Konversi (Kg)	(4) = (1) / (2)
5	Koefisien Tenaga Kerja (HOK)	(5) = (3) / (2)
6	Harga Output (Rp/Kg)	(6)
7	Upah Tenaga Kerja Langsung (Rp/HOK)	(7)
II. Penerimaan dan Keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	(8)
9	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	(9)
10	Nilai Output (Rp/Kg)	(10) = (4) * (6)
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	(11a) = (10) – (8) –(9)
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	(11b) = (11a) / (10) * 100%
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (Rp/Kg)	(12a) = (5) * (7)
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	(12b) = (12a) / (11a) * 100%
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	(13a) = (11a) – (12a)
	b. Tingkat Keuntungan (%)	(13b) = (13a) / (11a) * 100%
III. Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi		
14	Margin (Rp/Kg)	(14) = (10) – (8)
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	(14a) = (12a) / (14) * 100%
	b. Sumbangan Input Lain (%)	(14b) = (9) / (14) * 100%
	c. Keuntungan Pemilik Perusahaan (%)	(14c) = (13a) / (14) * 100%

Sumber : Hayami (1987) dalam Alfredo (2017).

Keterangan:

1. Output adalah jumlah ikan asin yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi (Kg).
2. Input adalah jumlah ikan segar yang diolah menjadi ikan asin untuk satu kali proses produksi (Kg).
3. Tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam kegiatan proses produksi ikan asin dalam satu kali proses produksi ikan asin. (HOK).
4. Faktor konversi adalah jumlah output yang dihasilkan dalam satu satuan input, yaitu banyaknya produk ikan asin yang dihasilkan dari satu kilogram ikan segar (Kg).
5. Koefisien tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satu kilogram satuan input (HOK)
6. Harga output adalah harga jual produk ikan asin per kilogram (Rp/Kg)
7. Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang diterima tenaga kerja langsung untuk mengolah produk ikan asin (Rp/HOK).
8. Harga bahan baku adalah harga beli bahan baku ikan segar per kilogram (Rp/Kg).
9. Sumbangan input lain adalah biaya pemakaian input lain per kilogram produk (Rp/Kg)
10. Nilai output adalah nilai output ikan asin yang dihasilkan dari satu kilogram ikan segar (Rp/Kg)

11. Nilai tambah adalah selisih nilai output ikan asin dengan nilai bahan baku utama ikan asin dan sumbangan input lain (Rp/Kg)
12. Rasio nilai tambah adalah presentase nilai tambah dari nilai produk (%)
13. Pendapatan tenaga kerja adalah nilai upah yang diterima oleh karyawan untuk mengolah bahan baku ikan dalam satu kali proses produksi (Rp/Kg)
14. Pangsa tenaga kerja adalah menunjukkan presentase pendapatan tenaga kerja dari nilai tambah yang diperoleh (%)
15. Keuntungan adalah bagian yang diterima pengusaha ikan asin (Rp/Kg)
16. Tingkat keuntungan adalah menunjukkan persentase keuntungan terhadap nilai produk (%)
17. Margin adalah selisih harga antara nilai output dengan harga bahan baku ikan (Rp/Kg)
18. Persentase pendapatan tenaga kerja terhadap margin (%)
19. Presentase sumbangan input terhadap margin (%)
20. Presentase keuntungan pengusaha terhadap margin (%)

3.5.3. Analisis Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau

Analisis pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat meliputi lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga dan saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran ikan asin dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Jika pemasaran dilakukan secara langsung, maka konsumen membayar produk dari harga yang ditawarkan oleh pengusaha ikan asin. Sedangkan pada pemasaran yang melalui perantara akan melibatkan pedagang lain.

b. Fungsi Pemasaran

Analisis fungsi-fungsi pemasaran digunakan untuk mengevaluasi biaya pemasaran serta sebagai bahan perbandingan biaya yang dihasilkan oleh setiap lembaga pemasaran menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Fungsi pemasaran yang akan dianalisis dibagi sebagai berikut:

Tabel 3. Fungsi Pemasaran yang dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran		
	Pengusaha	Agen	Pedagang Pengecer
1. Fungsi Pertukaran			
Pembelian			
Penjualan			
2. Fungsi Fisis			
Penyimpanan			
Pengangkutan			
pengolahan			
3. Fungsi Penyediaan Sarana			
Standarisasi			
Penanggungan resiko			
Pembiayaan			
Informasi Pasar			

Sumber : Limbong dan Sitorus, 1987.

c. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran ikan asin. Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (1993) yaitu sebagai berikut:

$$B_p = B_1 + B_2 + B_n \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

B_p = Biaya Pemasaran Ikan Asin (Rp/Kg)

B_1 = Biaya Transportasi Ikan Asin (Rp/Kg)

B_2 = Biaya Kemasan Ikan Asin (Rp/Kg)

B_n = Biaya ke n Ikan Asin (Rp)

d. Margin Pemasaran

Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih antara harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen. Untuk menghitung margin pemasaran digunakan rumus menurut Hanafiah (1986).

$$MP = HBK - HJP \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran Ikan Asin (Rp/Kg)

HBK = Harga Konsumen Ikan Asin (Rp/Kg)

HJP = Harga Pada Produsen Ikan Asin (Rp/Kg)

e. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisish antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran, untuk menghitung keuntungan pemasaran digunakan rumus menurut Hamid (1994) yaitu sebagai berikut:

$$\pi = MP - B_p \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan:

π = Keuntungan Pemasaran Ikan Asin (Rp/Kg)

MP = Margin Pemasaran Ikan Asin (Rp/Kg)

Bp = Biaya Pemasaran Ikan Asin (Rp/Kg)

f. *Farmer's Share*

Farmer share adalah persentase harga yang diterima pengusaha terhadap harga yang dibayar oleh pedagang pengumpul. Untuk menghitung *farmer's share* digunakan rumus menurut Kadek, J, dkk. (2014).

$$SN = \frac{HN}{HI} \times 100\% \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan:

SN = Bagian atau Persentase yang diterima Pengusaha Ikan Asin (%)

HN = Harga Ikan Asin di Tingkat Pengusaha (Rp/Kg)

HI = Harga Ikan Asin di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)

g. Efisiensi Pemasaran

Untuk menghitung efisiensi pemasaran secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1993), yaitu sebagai berikut:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran Ikan Asin (%)

TC = Total Biaya Pemasaran Ikan Asin (Rp/Kg)

TNP = Harga Jual Ikan Asin (Rp/Kg)

Semakin rendah atau kecil persentase efisiensi pemasaran, maka pemasaran semakin efisien, sebaliknya jika semakin tinggi atau besar persentase efisiensi pemasaran, maka pemasaran semakin tidak efisien.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Geografi dan Topografi

Kabupaten Rokan Hilir merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Bengkalis. Wilayah Kabupaten Rokan Hilir terletak pada bagian pesisir timur Pulau Sumatera yang memiliki luas wilayah 8.881,59 Km² dengan titik koordinat 1°14 sampai 2°45 Lintang Utara dan 100°17 sampai 101°21 Bujur Timur. Wilayah daratan Kabupaten Rokan Hilir sebagian besar merupakan dataran rendah dengan ketinggian 0 – 100 meter di atas permukaan laut. Pada daerah pesisir pantai memiliki ketinggian antara 0 – 6 meter.

Secara geografi Kelurahan Bagan Barat merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau, yang memiliki luas wilayah menurut pengukuran kantor lurah luasnya mencapai 1.200 Ha. Kelurahan Bagan Barat terletak pada ketinggian wilayah 5 meter di atas permukaan laut dan memiliki suhu udara rata-rata 32°C.

Batas-batas wilayah Kelurahan Bagan Barat yaitu sebelah Utara berbatasan dengan Kepenghuluan Bagan Jawa, sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan

Bagan Hulu, sebelah Barat berbatasan dengan Pulau Barkey-Barkey dan sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Bagan Kota.

Jarak kantor Kelurahan Bagan Barat dengan kantor Kecamatan yaitu 50 meter. Jarak kantor Kelurahan Bagan Barat dengan ibu kota Kabupaten yaitu 1 Km dan jarak kantor Kelurahan Bagan Barat dengan ibu kota Provinsi yaitu 334 Km.

4.2 Kependudukan

4.2.1 Jumlah Penduduk Menurut Umur

Pertumbuhan penduduk dapat terjadi akibat empat komponen yaitu, tingkat kelahiran, tingkat kematian, migrasi masuk dan migrasi keluar. Jumlah penduduk di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau 2019 berjumlah 9.334,00 orang, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Kelurahan Bagan Barat Menurut Umur, Tahun 2019.

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0-14	2.435,00	26,09
2	15-64	6.685,00	71,62
3	65>	214,00	2,29
	Jumlah	9.334,00	100,00

Sumber: Kantor Kelurahan Bagan Barat, 2019.

Menurut Tabel 4 jumlah penduduk Kelurahan Bagan Barat mencapai 9.334,00 orang. Kelompok umur dari 0-14 tahun berjumlah 2.435,00 orang, kelompok umur ini dikatakan sebagai kelompok umur yang belum produktif. Sedangkan kelompok umur 15-64 tahun dikatakan sebagai kelompok umur produktif dengan jumlah

sebesar 6.685,00 orang, dan kelompok umur di atas 65 tahun adalah kelompok usia tidak lagi produktif dengan jumlah sebesar 214,00 orang.

Berdasarkan keterangan diatas, bahwa jumlah penduduk tertinggi yang berada di Kelurahan Bagan Barat yaitu pada kelompok umur yang produktif (15 – 64 tahun) sebanyak 6.685,00 orang. Kelompok umur produktif dapat diartikan sebagai kelompok umur yang mampu bekerja dan dapat menghasilkan sesuatu.

4.2.2 Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan memiliki peran penting dalam suatu daerah dan merupakan suatu sarana untuk meningkatkan kecerdasan dan keterampilan seseorang serta mempengaruhi sikap dan pengambilan keputusan, terutama ketika menerapkan inovasi baru yang pada akhirnya akan sangat berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan. Produktivitas manusia tidak hanya dipengaruhi oleh peralatan yang digunakan atau kekuatan fisik yang dimiliki, tetapi juga ditentukan oleh pendidikan yang sudah dilalui. Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Kelurahan Bagan Barat Menurut Tingkat Pendidikan, Tahun 2019.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	751	30,87
2	SLTP	648	26,63
3	SLTA	788	32,39
4	KEJURUAN	33	1,36
5	DIPLOMA (1,2,3,4)	107	4,40
6	STRATA (1,2,3,4,5)	106	4,36

	Jumlah	2.433	100,00
--	--------	-------	--------

Sumber: Kantor Kelurahan Bagan Barat, 2019.

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) adalah 788 orang atau (32,39%) merupakan golongan yang memiliki nilai tertinggi. Hal ini dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan di Kelurahan Bagan Barat sudah cukup baik. Dengan adanya pendidikan yang cukup baik, dapat menentukan kualitas sumberdaya manusia dalam memajukan daerahnya.

4.2.3 Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Salah satu faktor dalam menentukan pendapatan penduduk adalah mata pencaharian. Mata pencaharian penduduk Kelurahan Bagan Barat bervariasi, mulai dari pedagang, petani, nelayan, Pegawai Negeri Sipil (PNS), guru/dosen, Tentara Nasional Indonesia (TNI), polri, dan wiraswasta. Jumlah penduduk di Kelurahan Bagan Barat berdasarkan mata pencaharian penduduk dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Kelurahan Bagan Barat Menurut Mata Pencaharian, Tahun 2019.

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pedagang	503	18,73
2	Petani	336	12,51
3	Nelayan	616	22,94
4	PNS	293	10,91
5	Guru/Dosen	156	5,81
6	TNI	5	0,19
7	Polri	10	0,37
8	Wiraswasta	766	28,53
	Jumlah	2,685	100,00

Sumber: Kantor Kelurahan Bagan Barat, 2019.

Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah penduduk terbanyak bekerja di bidang wiraswasta dengan jumlah 766 orang dengan persentase (28,53%) dan disusul oleh nelayan sebanyak 616 orang (22,94%), sedangkan jumlah penduduk yang relatif sedikit bekerja di bidang TNI sebanyak 5 orang dengan persentase (0,19%).

4.3 Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana dapat mempengaruhi perkembangan suatu wilayah. Sarana dan prasarana yang ada di Kelurahan Bagan Barat sudah cukup, hal ini dapat dilihat dari jenis-jenis sarana yang tersedia seperti sarana pendidikan, kesehatan dan ibadah. Akan tetapi jumlah dari sarana dan prasarana lebih baiknya diperbanyak lagi, melihat jumlah penduduk yang begitu banyak di Kelurahan Bagan Barat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Sarana dan Prasarana di Kelurahan Bagan Barat, Tahun 2019

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit/Orang)
1	Pendidikan	
	Pendidikan Umum	
	a. TK	5
	b. SD	5
	c. SLTP	2
	d. SLTA	4
	Pendidikan Khusus	
	a. Pondok Pesantren	2
	b. Madrasah	2
	Jumlah	20
2	Kesehatan	
	a. Rumah Sakit Umum Swasta	1
	b. Rumah Sakit Bersalin	6
	c. Puskesmas	1
	d. Jumlah Dokter	8
	e. Jumlah Bidan	10
	Jumlah	26

3	Ibadah	
	a. Masjid	3
	b. Mushola	10
	c. Gereja	5
	d. Vihara/Klenteng	7
	Jumlah	25

Sumber: Kantor Kelurahan Bagan Barat, 2019.

4.3.1 Pendidikan

Untuk melihat secara umum gambaran pendidikan di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko dalam penelitian ini disajikan data pendidikan terbagi menjadi dua yaitu, pendidikan umum meliputi TK, SD, SLTP dan SLTA. Sedangkan pada pendidikan khusus meliputi Pondok Pesantren dan Madrasah.

4.3.2 Kesehatan

Penggunaan bidang kesehatan ini bertujuan agar semua masyarakat dapat memperoleh pelayanan kesehatan dengan mudah, cepat dan merata. Jumlah sarana dan tenaga kerja di Kelurahan Bagan Barat yaitu terdapat 1 unit rumah sakit umum swasta, 6 unit rumah sakit bersalin, dan terdapat puskesmas 1 unit. Jumlah dokter di Kelurahan Bagan Barat terdiri dari 8 orang dan 10 orang bidan.

4.3.3 Ibadah

Pada Tabel 7 diatas dapat dilihat sarana ibadah sangat diperlukan oleh setiap orang untuk menjalankan ibadah nya sesuai dengan kepercayaan umatnya masing-masing. Sarana ibadah yang ada di Kelurahan Bagan Barat berjumlah 25 unit, dimana terdapat 3 unit masjid, 10 unit mushola, 5 unit gereja, dan 7 unit vihara/klenteng.

4.4 Keadaan Agroindustri

Kabupaten Rokan Hilir merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi berkembangnya produksi, pengolahan dan pemasaran hasil perikanan, khususnya di Kelurahan Bagan Barat yang merupakan salah satu sentra pengolahan ikan asin untuk wilayah Rokan Hilir sehingga sangat berpotensi untuk dikembangkan.

Wilayah Kabupaten Rokan Hilir terdapat 16 sungai yang dapat dilayari oleh kapal pompon, sampan dan perahu, diantara sungai-sungai tersebut yang sangat penting sebagai sarana perhubungan utama dalam perekonomian penduduk adalah Sungai Rokan dengan panjang 350 KM. Kelurahan Bagan Barat merupakan Kelurahan yang terletak di muara Sungai Rokan dan merupakan tempat yang strategis karena berdekatan dengan Selat Malaka yang merupakan lalu lintas pelayaran dan perdagangan Internasional.

Pengolahan ikan asin sudah dilakukan secara turun temurun oleh pengusaha. Pengusaha memilih pengolahan ikan asin sebagai usahanya karena banyaknya ketersediaan ikan segar yang ada di Kabupaten Rokan Hilir, sehingga bahan baku ikan segar mudah diperoleh. Prospek pengembangan usaha agroindustri ikan asin sangat menjanjikan, terlihat dari konsumsi masyarakat terhadap ikan asin sangat baik karena ikan asin dapat dijadikan bahan makanan dengan harga yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat.

4.5 Potensi Perikanan

Kabupaten Rokan Hilir adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Riau, yang merupakan daerah penghasil ikan terbesar di Provinsi Riau, dimana pada tahun 2021 jumlah produksi ikan yaitu penangkapan ikan di laut tercatat sebanyak 53.987,96 ton. Secara umum sentra produksi perikanan terbesar terletak di Kecamatan Bangko yang

memiliki keanekaragaman jenis ikan terutama jenis ikan tangkap seperti lomek (*harpondon nehereus*), biangbiang (*setipinna sp.*), senangin (*eleutheronema tetradactylum*), tenggiri (*scomberromo commersoni*), bete-bete (*leiognathus ecuulus*), senohong (*leptomelanosoma indicium*), bawal putih (*pampus argenteus*), pari (*dasyatis uarnak*), bawal hitam (*parastromateus niger*), gulama (*pseudociennaamovensisi*), selar (*caranx mate*), sembilang (*plotusus canius*), cencaru (*megalasois cordyla*), sebelah (*psettodes erumei*), malung (*congresox talabon*), bulu ayam (*setipinna taty*), teri (*stolephorus baganensis*), duri (*hexanematicthys sagor*), julung-julung (*hemirhamphus far*), seluncung (*strongylura strongylura*), kerong-kerong (*terapon theraps*) dll (Yuspardianto, 2020).

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang dan Profil Usaha Agroindustri Ikan Asin

5.1.1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja dan Pedagang Agroindustri Ikan Asin

Karakteristik pengusaha, tenaga kerja dan pedagang ikan asin dilihat dari beberapa variabel yang mampu memberikan gambaran umum tentang agroindustri ikan asin, diantaranya meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.

1. Umur

Umur adalah salah satu indikator yang dapat menentukan produktif atau tidak produktifnya pengusaha dalam mengelola usaha agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat. Berdasarkan Tabel 8 menyajikan bahwa umur pengusaha ikan asin yang

tertinggi dengan kelompok umur 25-35 tahun berjumlah 2,00 orang (67%) dan 1,00 orang (33%) dengan kelompok umur 36-46 tahun. Secara umum rata-rata umur pengusaha ikan asin yaitu 33 tahun. Umur pengusaha ikan asin ini termasuk kedalam kelompok umur yang produktif untuk bekerja, sehingga dalam menjalankan usahanya pengusaha mampu mengelola usahanya dengan baik dan akan lebih mudah mengarahkan tenaga kerja untuk lebih maju dalam aktivitas agroindustri ikan asin. Rincian mengenai karakteristik dapat dilihat pada Tabel 8 dan Lampiran 1.

Tabel 8. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja, dan Pedagang di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Karakteristik	Pengusaha		Tenaga Kerja		Pedagang	
		Jumlah (Orang)	(%)	Jumlah (Orang)	(%)	Jumlah (Orang)	
1	Umur (Tahun)						
	a. 25-35	2	67			1	20
	b. 36-46	1	33	4	44	4	80
	c. 47-57			1	11		
	d. 58-68			3	33		
	e. 69-79			1	11		
2	Tingkat Pendidikan (Tahun)						
	a. 6			7	78	1	20
	b. 9	2	67	2	22	3	60
	c. 12	1	33			1	20
3	Pengalaman Berusaha (Tahun)						
	a. 1-3			2	22	3	60
	b. 4-6	1	0.33	6	67	2	40
	c. 7-9	2	67	1	11		

4	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)						
	a. 1-3	1	33	1	11	4	80
	b. 4-6	2	67	7	78	1	20
	c. 7-9			1	11		

Sumber : Data Primer, 2022.

Dilihat dari sisi tenaga kerja yang terbanyak adalah pada kelompok umur 36-46 tahun yang berjumlah 4,00 orang (44%). Secara umum rata-rata umur tenaga kerja ikan asin 53 tahun. Distribusi karakteristik umur pedagang ikan asin yang tertinggi dengan kelompok umur 36-46 tahun berjumlah 4,00 orang (80%) dan kelompok umur terendah yaitu berkisar 25-35 tahun berjumlah 1,00 orang (20%). Secara umum rata-rata umur pedagang ikan asin di Kelurahan Bagan Barat yaitu 39 tahun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja dan pedagang berada pada umur yang produktif bekerja, sehingga tenaga kerja mampu menghasilkan produk ikan asin dan pedagang mampu memasarkan produk ikan asin kepada konsumen.

2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan seseorang, yang dimana dapat menunjukkan kekuatan dalam berfikir dan bertindak. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dilalui pengusaha maka semakin tinggi pula produktivitas pengusaha dalam mengelola usaha ikan asin.

Karakteristik tingkat pendidikan pengusaha ikan asin sebanyak 2,00 orang (67%) sudah menempuh pendidikan selama 9 tahun atau sekolah menengah pertama (SMP) dan sebanyak 1,00 orang (33%) yang menempuh pendidikan selama 12 tahun atau sekolah menengah atas (SMA). Pendidikan tenaga kerja pada pengolahan agroindustri ikan asin terbanyak yaitu berjumlah 7,00 orang (78%) hanya

manamatkan pendidikan di sekolah dasar (SD) dan 2,00 orang (22%) pernah menempuh pendidikan hingga ke jenjang SMP. Sedangkan tingkat pendidikan pada pedagang sebanyak 3,00 orang (60%) sudah melalui pendidikan hingga ke jenjang SMP. Secara umum rata-rata tingkat pendidikan pengusaha yaitu 10 tahun, tingkat pendidikan tenaga kerja dengan rata-rata 7 tahun dan tingkat pendidikan pedagang rata-rata yaitu 9 tahun. Dengan begitu tingkat pendidikan responden ikan asin masih relatif sedang, namun bukan menjadi penghambat dalam melaksanakan kegiatan agroindustri ikan asin, karena pada dasarnya pengolahan ikan asin ini hanya memerlukan pengalaman yang baik sehingga dapat berpengaruh pada kelangsungan usaha agroindustri ikan asin.

3. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan yang akan dicapai oleh pengusaha dan sangat mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam menghadapi usahanya. Sebagian besar usaha pengolahan ikan asin ini merupakan usaha yang sudah dijalankan cukup lama dan sudah dilakukan secara turun temurun, begitu juga dalam kegiatan pengolahan dan pemasaran produk ikan asin yang sudah dilakukan secara turun temurun dari keluarga pengusaha ikan asin.

Pengusaha telah melakukan usaha ikan asin terbanyak selama rentang waktu yaitu 7-9 tahun sebanyak 2,00 orang (67%) dan 1,00 orang (33%) yaitu pada rentang waktu 4-6 tahun. Secara umum rata-rata pengalaman berusaha pengusaha ikan asin yaitu 7 tahun. Sedangkan dilihat pada tenaga kerja ikan asin yang tertinggi dengan

kelompok pengalaman berusaha 4-6 tahun berjumlah 6,00 orang (67%). Secara umum rata-rata pengalaman berusaha tenaga kerja ikan asin yaitu 5 tahun. Distribusi karakteristik pengalaman berusaha pedagang pada kelompok pengalaman berusaha selama rentang waktu 1-3 tahun sejumlah 3,00 orang (60%) dan pengalaman berusaha pedagang 4-6 tahun berjumlah 2,00 orang (40%). Secara umum rata-rata pengalaman berusaha pedagang ikan asin 4 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha ikan asin didaerah penelitian sudah cukup berpengalaman dalam menjalankan usaha ikan asin. Begitu juga dengan sebagian responden yang sudah cukup berpengalaman dalam usaha agroindustri ikan asin tersebut.

4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga pengusaha ikan asin tertinggi yaitu sebesar 67% dengan jumlah tanggungan sebanyak 4-6 orang dan persentase terendah yaitu sebesar 33% dengan jumlah tanggungan sebanyak 1-3 orang. Rata-rata jumlah tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 5,00 orang. Sedangkan dari sisi jumlah tanggungan keluarga pada tenaga kerja ikan asin dengan kelompok jumlah tanggungan keluarga terbesar berkisar dari 4-6 orang berjumlah 7,00 orang (78%), dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga tenaga kerja ikan asin berjumlah 5,00 orang. Untuk Persentase jumlah tanggungan keluarga pedagang ikan asin tertinggi yaitu sebesar 80% dengan jumlah pedagang sebanyak 4 orang dengan tanggungan sebanyak 1-3 orang. Secara

umum rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang ikan asin berjumlah 3,00 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga pengusaha dan tenaga kerja termasuk kedalam pengelompokan rumah tangga sedang, yaitu memiliki anggota keluarga terdiri dari lima sampai tujuh orang, maka dari itu pengusaha dan tenaga kerja ikan asin harus berusaha bekerja agar dapat meningkatkan pendapatan dari hasil kerjanya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan keluarganya dan dapat pula meningkatkan modal dalam usaha ikan asin. Sedangkan pedagang ikan asin termasuk dalam pengelompokan rumah tangga kecil, yaitu jumlah anggota keluarganya kurang atau sama dengan empat orang.

5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Ikan Asin

a) Sejarah Usaha

Usaha agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat merupakan usaha yang sudah dilakukan secara turun temurun didalam keluarga sejak tahun 2015. Salah satu pengusaha ikan asin dulunya pernah menjadi tenaga kerja pada pengolahan ikan asin keluarganya, dengan adanya dorongan dari seseorang dan adanya pengalaman dalam pengolahan ikan asin sehingga pengusaha tertarik untuk melakukan usaha agroindustri ikan asin. Sedangkan pada pengusaha lainnya, awal mulanya melakukan pengolahan ikan asin dikarenakan banyaknya bahan baku yang tersedia di Kabupaten Rokan Hilir.

Pada mulanya usaha agroindustri ikan asin hanya dijalankan pengusaha tanpa menggunakan tenaga kerja luar keluarga, karena pada awalnya hanya satu jenis ikan saja yang diolah menjadi ikan asin yaitu ikan duri. Akan tetapi dengan adanya

pertambahan jenis ikan yang akan diolah menjadi ikan asin, serta tenaga kerja dalam keluarga pada saat ini tidak dapat berpartisipasi dalam pengolahan ikan asin. Maka dari itu pengusaha menghadirkan tenaga kerja luar keluarga untuk melakukan proses produksi ikan asin. Pengolahan ikan asin di Kelurahan Bagan Barat awalnya menggunakan halaman rumahnya sebagai tempat proses produksi, namun dengan adanya bangunan yang terbengkalai di daerah tepi laut, sehingga Pemerintah mengizinkan pengusaha ikan asin untuk memanfaatkan tempat tersebut sebagai tempat produksi ikan asin.

b) Skala Usaha

Usaha agroindustri ikan asin yang dikelola oleh pengusaha di Kelurahan Bagan Barat termasuk kedalam skala usaha kecil, karena memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 9 orang tiap masing-masing pengusaha.

c) Modal Usaha

Modal memiliki peranan terpenting dalam menjalankan suatu usaha, seperti usaha pengolahan ikan asin yang ada di Kelurahan Bagan Barat ini juga memerlukan modal. Modal yang digunakan berasal dari modal sendiri dan bantuan dari Dinas Perikanan Kabupaten Rokan Hilir. Jumlah modal yang dibutuhkan dalam membeli peralatan seperti pisau, talenan, tong kecil, tong besar, keranjang, telotai, timbangan, sarung tangan dan sekop pada usaha ikan asin sebesar Rp.17.620.674. Dimana didalam modal tersebut sudah mencakup bantuan dari Dinas Perikanan Kabupaten Rokan Hilir sebesar Rp. 3.500.000 dan modal dari pengusaha sebesar Rp. 14.120.674.

d) Tenaga Kerja

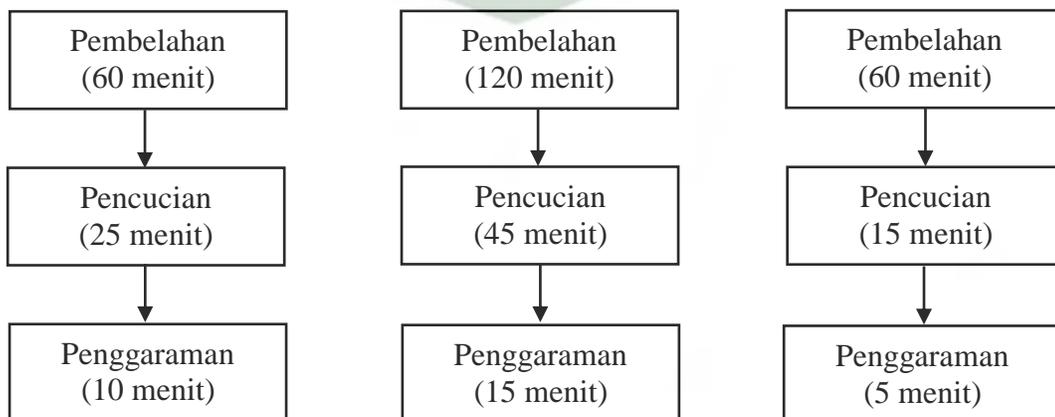
Usaha agroindustri ikan asin ini dikelompokkan kedalam usaha kecil, karena memiliki tenaga kerja setiap pengusaha masing-masing 9 orang tenaga kerja yang berasal dari tenaga kerja luar keluarga. Hasil dari pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa semua proses dalam pengolahan ikan asin mulai dari pembelahan ikan, pencucian ikan, penggaraman ikan, penjemuran ikan dan pengemasan ikan asin dikerjakan secara bertahap. Seperti pada pembelahan ikan dapat dilakukan oleh semua tenaga kerja, dikarenakan pada proses pembelahan ikan memerlukan waktu yang lama, setelah ikan sudah banyak dibelah, maka salah satu tenaga kerja dapat mencuci ikan yang sudah dibelah tersebut dan melanjutkan proses berikutnya.

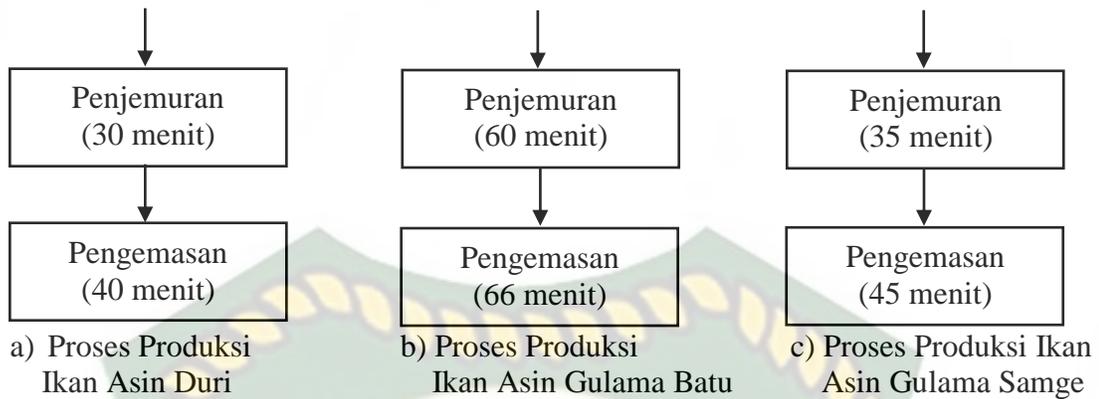
5.2. Analisa Usaha Agroindustri Ikan Asin

5.2.1. Penggunaan Faktor Produksi

5.2.1.1 Proses Produksi

Proses produksi ikan asin di Kelurahan Bagan Barat masih sederhana, hal ini dibuktikan dengan bahan baku, bahan penunjang serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi mudah didapatkan. Rangkaian proses produksi ikan asin di Kelurahan Bagan Barat diawali dengan tahap pembelahan, pencucian, penggaraman, penjemuran dan pengemasan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.





Berdasarkan gambar tahapan proses produksi ikan asin diatas, waktu yang diperlukan dalam pengolahan tiap-tiap ikan asin berbeda-beda, hal ini dikarenakan adanya perbedaan jumlah penggunaan bahan baku yang digunakan. Seperti pada ikan duri menggunakan bahan baku sebanyak 125 Kg, ikan gulama batu sebanyak 250 Kg dan ikan gulama sange sebanyak 96 Kg. Semakin banyak bahan baku yang diolah menjadi ikan asin maka akan semakin lama waktu yang diperlukan dalam pengolahan ikan asin di Kelurahan Bagan Barat. Berikut ini adalah tahapan-tahapan dalam melakukan proses produksi ikan asin:

Tahap 1. Pembelahan Ikan



(a) Pembelahan Ikan Duri

(b) Pembelahan Ikan Gulama Batu dan Gulama Sange

Gambar 3. Pembelahan Ikan pada Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat.

Pada tahap awal, tenaga kerja pada usaha agroindustri ikan asin melakukan pembelahan ikan. Pembelahan ikan dilakukan dengan cara membelah ikan menjadi dua bagian, kemudian membuang isi perut ikan tersebut. Pembelahan ini bertujuan untuk memperbesar luas permukaan tubuh ikan sehingga seluruh perlakuan, seperti pencucian, pengaraman dan penjemuran bisa berjalan secara efektif.

Tahap 2. Pencucian Ikan



Gambar 4. Pencucian Ikan pada Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat.

Ikan yang sudah dibelah, selanjutnya dicuci hingga bersih. Pencucian ikan bertujuan untuk menghilangkan kotoran yang terdapat didalam tubuh ikan, seperti menghilangkan bekas darah ikan, dan menghilangkan sisa-sisa perut ikan. Proses pencucian ikan dilakukan dengan cara memasukkan ikan kedalam tong yang berisi air, kemudian ikan dicuci hingga bersih dan dilanjutkan dengan penirisan.

Tahap 3. Pengaraman Ikan



Gambar 5. Penggaraman Ikan pada Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat.

Penggaraman ikan dilakukan dengan cara menaburkan kristal-kristal garam pada tong yang berisi air dan ikan. Penggaraman ikan bertujuan untuk menambahkan cita rasa asin kedalam tubuh ikan. Setelah ikan ditaburi garam, dilanjutkan dengan pengadukan agar ikan dan garam tercampur merata.

Tahap 4. Penjemuran Ikan



(a) Penjemuran Ikan Asin Duri



(b) Penjemuran Ikan Asin Gulama Batu dan Ikan Asin Gulama Sange

Gambar 6. Penjemuran Ikan pada Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat.

Setelah penggaraman ikan selesai dan setelah didiamkan satu malam, kemudian dilanjutkan dengan penjemuran ikan ditempat penjemuran yang disebut dengan telotai. Penjemuran ikan ini dilakukan dibawah sinar matahari selama 6-7 jam.

Tahap 5. Pengemasan Ikan Asin



Gambar 7. Pengemasan Ikan pada Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat.

Jika ikan asin sudah kering, kemudian lakukan pengangkatan ikan dari telotai, dan dilanjutkan dengan pemilihan ikan, dengan cara memisahkan ikan duri, ikan gulama batu dan ikan gulama samge dan dilanjutkan ke proses pengemasan ikan asin.

Dalam melaksanakan agroindustri ikan asin diperlukan peralatan-peralatan untuk dapat mengolah bahan baku ikan menjadi ikan asin. Peralatan yang digunakan di daerah penelitian menggunakan alat yang sederhana dan alat yang digunakan tidak habis untuk sekali proses produksi, sebab itu dihitung dalam biaya produksi adalah nilai penyusutan. Peralatan proses produksi yang digunakan dalam pengolahan ikan asin terdiri dari pisau, talenan, tong kecil, tong besar, keranjang, telotai, timbangan, sarung tangan dan sekop. Untuk lebih jelasnya peralatan apa saja yang digunakan dalam proses produksi ikan asin dapat dilihat pada Tabel 9 dan Lampiran 2.

Tabel 9. Rata-rata Jumlah Unit, Harga dan Nilai Penggunaan Peralatan Produksi Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Jenis Alat	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Nilai (Rp)
1	Pisau	10	80.000	800.000

2	Talenan	10	30.000	300.000
3	Tong Kecil	7	60.000	420.000
4	Tong Besar	6	1.100.000	6.600.000
5	Keranjang	20	71.667	1.433.340
6	Telotai	82	75.000	6.150.000
7	Timbangan	2	727.000	1.454.000
8	Sarung Tangan	12	30.000	360.000
9	Sekop	2	51.667	103.334
Jumlah			2.225.334	17.620.674

Sumber : Data Primer, 2022.

1. Pisau adalah alat yang digunakan untuk menyangi atau membelah ikan serta membersihkan tubuh ikan dari kotoran atau darah ikan.
2. Talenan berfungsi sebagai alas tempat pembelahan ikan.
3. Tong kecil digunakan sebagai tempat pencucian ikan yang sudah dibelah, proses pencucian ini bertujuan untuk menghilangkan kotoran pada tubuh ikan.
4. Tong besar digunakan sebagai tempat perendaman ikan dan penggaraman ikan.
5. Keranjang berfungsi sebagai penirisan air bekas pencucian ikan.
6. Telotai digunakan sebagai tempat penjemuran ikan yang sudah direndam garam.
7. Timbangan digunakan untuk menimbang ikan segar dan ikan asin.
8. Sarung tangan digunakan oleh tenaga kerja untuk melindungi tangan dari duri ikan yang tajam dan untuk mempermudah memegang ikan agar tidak mudah licin.
9. Sekop digunakan ketika memasukkan ikan kedalam goni dalam jumlah yang banyak.

Berdasarkan Tabel 9, terlihat bahwa usaha ikan asin memiliki 9 (sembilan) alat untuk menunjang usahanya. Masing-masing peralatan memiliki jumlah yang berbeda-beda. Jumlah peralatan yang tertinggi yaitu telotai dengan jumlah 82 unit dan

jumlah peralatan yang terendah yaitu timbangan dan sekop masing-masing berjumlah 2 unit.

5.2.1.2 Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang

Bahan baku dalam pengolahan ikan asin terdiri dari ikan segar yang diperoleh dengan cara membeli kepada nelayan ikan. Bahan baku ikan yang digunakan yaitu ikan duri, ikan gulama batu dan ikan gulama samge. Bahan baku ikan ini cukup tersedia, akan tetapi pada kenyataannya, dengan keterbatasan modal pengusaha sehingga pengusaha ikan asin tidak dapat untuk membeli ikan segar dari nelayan dengan sebanyak-banyaknya. Adapun jumlah bahan baku dan bahan penunjang dapat dilihat pada Tabel 10 Lampiran 3.

Tabel 10. Rata-rata Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Pada Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Per Proses Produksi (Kg)
A	Bahan Baku	
	1. Ikan Duri	125
	2. Ikan Gulama Batu	250
	3. Ikan Gulama Samge	96
B	Bahan Penunjang	
	1. Garam	95
	2. Goni	6
	3. Tali Plastik	3

Sumber : Data Primer, 2022.

Pada penelitian agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat jumlah bahan baku yang digunakan berbeda-beda, hal ini diakibatkan adanya keterbatasan modal dalam pembelian bahan baku. Pada Tabel 10 penggunaan bahan baku terbanyak yaitu pada ikan gulama batu, hal ini dikarenakan harga ikan gulama batu yang dibeli kepada nelayan lebih murah dibandingkan dengan harga bahan baku ikan duri dan

ikan gulama samge. Rata-rata kebutuhan bahan baku pengusaha ikan asin duri sebesar 125 Kg/proses produksi, ikan gulama batu 250 Kg/proses produksi dan ikan gulama samge 96 Kg/proses produksi. Bahan baku ikan segar ini diperoleh dengan cara membeli kepada nelayan. Berbeda halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Popi (2017) dengan judul Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin Bulu Ayam di Desa Tenggayun Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis, bahwa penggunaan bahan baku ikan segar bulu ayam sebanyak 19,5 Kg, bahan baku ikan segar bulu ayam diperoleh dari hasil tangkapan sendiri.

Selain menggunakan bahan baku, diperlukan bahan penunjang seperti garam, goni dan tali plastik. Rata-rata penggunaan garam pada ikan duri sebanyak 25 Kg/proses produksi, ikan gulama batu sebanyak 50 Kg/proses produksi dan ikan gulama samge sebanyak 20 Kg/proses produksi, sehingga jumlah keseluruhan penggunaan garam yaitu sebanyak 95 Kg/proses produksi dan membutuhkan 6 goni sebagai tempat ikan asin sebelum dijual, kemudian memerlukan 3 gulungan tali plastik sebagai pengikat goni tersebut.

5.2.1.3 Penggunaan Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang penting dan ikut berperan dalam menentukan peningkatan produksi dan pendapatan pengusaha. Penggunaan tenaga kerja dalam pengolahan agroindustri ikan asin adalah banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan untuk menghasilkan ikan asin yang meliputi kegiatan pembelahan ikan, pencucian ikan, penggaraman ikan, penjemuran dan pengemasan ikan asin. Untuk lebih jelasnya mengenai penggunaan tenaga kerja ikan asin dapat dilihat pada Tabel 11 (Lampiran 4,5 dan 6)

Tabel 11. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Pada Usaha Agroindustri Ikan Asin Duri, Ikan Asin Gulama Batu dan Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Tahapan Pekerjaan	Penggunaan Tenaga Kerja (HOK)		
		Ikan Asin Duri	Ikan Asin Gulama Batu	Ikan Asin Gulama Samge
1	Pembelahan	0,89	2,00	0,83
2	Pencucian	0,10	0,28	0,03
3	Penggaraman	0,02	0,06	0,01
4	Penjemuran	0,19	0,50	0,19
5	Pengemasan	0,34	0,69	0,38
Jumlah		1,54	3,53	1,44

Sumber : Data Primer, 2022.

Penggunaan tenaga kerja dalam usaha agroindustri ikan asin diperlukan untuk mengerjakan berbagai kegiatan proses produksi seperti pembelahan ikan segar, pencucian, penggaraman, penjemuran dan pengemasan. Pada Tabel 11 jumlah atau penggunaan tenaga kerja dalam pembuatan ikan asin duri untuk satu kali proses produksi adalah sebesar 1,54 HOK, untuk ikan asin gulama batu penggunaan tenaga kerja pada usaha agroindustri ikan asin adalah sebesar 3,53 HOK dan penggunaan tenaga kerja pada agroindustri ikan asin gulama samge yaitu sebesar 1,44 HOK.

5.2.2. Produksi

Produksi merupakan hasil akhir yang diperoleh dalam melakukan proses produksi ikan asin. Produksi keseluruhan agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat yang dihasilkan rata-rata dalam satu kali proses produksi dapat dilihat pada Tabel 12, 13 dan 14 yaitu menunjukkan bahwa ikan asin duri yang dihasilkan rata-rata dalam satu kali proses produksi adalah 50 Kg, sedangkan untuk ikan asin gulama batu sebanyak 100 Kg dan ikan asin gulama samge sebanyak 38 Kg. Bahan baku yang digunakan dalam proses pengolahan ikan duri, ikan gulama batu dan ikan

gulama samge memiliki volume yang sama saat sudah menjadi ikan asin, yaitu dikarenakan penyusutan ikan dari ikan segar ke ikan asin adalah sama. Sehingga pada penggunaan 1 Kg bahan baku ikan segar duri, gulama batu maupun gulama samge akan menghasilkan 0,4 Kg atau 400 gram ikan asin.

5.2.3. Biaya Produksi

Biaya produksi dalam usaha agroindustri ikan asin merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha ikan asin untuk kegiatan proses produksi ikan asin. Biaya produksinya terdiri dari biaya variabel meliputi biaya bahan baku ikan segar yaitu ikan duri, ikan gulama batu dan ikan gulama samge, bahan penunjang meliputi garam, goni dan tali plastik serta biaya tenaga kerja, sedangkan pada biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan alat.

Tabel 12 menunjukkan bahwa biaya produksi ikan asin duri yaitu sebesar Rp. 898.364/proses produksi. Bahan baku merupakan biaya tertinggi yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp. 625.000/proses produksi atau 69,57% dari total biaya. Kemudian diikuti dengan biaya penyusutan alat sebesar Rp. 122.864 atau 13,67%, sedangkan biaya yang sedikit adalah biaya bahan penunjang goni sebesar 0,44%. Jumlah biaya variabel pada ikan asin duri yaitu sebesar Rp. 775.500/proses produksi, sedangkan jumlah biaya tetap yaitu sebesar Rp. 122.864. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 12, 13 dan 14 Lampiran 7,8 dan 9.

Tabel 12. Rata-rata Produksi, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri Ikan Asin Duri di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Ikan Duri
----	--------	-----------

		Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
A	Biaya Variabel				
	1 Bahan Baku				
	Ikan	125	5.000	625.000	69,57
	2 Bahan Penunjang				
	Garam	25	4.000	100.000	11,13
	Goni	2	2.000	4.000	0,44
	Tali Plastik	1	8.000	8.000	0,89
	Jumlah Bahan Penunjang	28	14.000	112.000	
	3 Tenaga Kerja	1,54	25.000	38.500	4,28
	Jumlah Biaya Variabel			775.500	
B	Biaya Tetap				
	1 Penyusutan Alat			122.864	13,67
	Jumlah Biaya Tetap			122.864	
C	Total Biaya Produksi			898.364	100
D	Produksi Ikan Asin	50	26.000	1.300.000	
E	Pendapatan				
	1 Pendapatan Kotor			1.300.000	
	2 Pendapatan Bersih			401.636	
F	RCR			1,45	

Sumber : Data Primer, 2022.

Sedangkan pada biaya produksi ikan asin gulama batu yaitu sebesar Rp. 1.423.114/proses produksi, biaya ini terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel sebesar Rp. 1.300.250 yang terdiri dari biaya bahan baku, bahan penunjang dan tenaga kerja. Sedangkan biaya tetap yaitu sebesar Rp. 122.864 yang merupakan biaya penyusutan alat. Biaya tertinggi yang dikeluarkan yaitu pada biaya bahan baku ikan gulama batu sebesar Rp. 1.000.000 atau 70,26% dan diikuti dengan biaya bahan penunjang yaitu garam yaitu sebesar Rp. 200.000 atau 14,05%.

Tabel 13. Rata-rata Produksi, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri Ikan Asin Gulama Batu di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Ikan Gulama Batu
----	--------	------------------

		Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
A	Biaya Variabel				
	1 Bahan Baku				
	Ikan	250	4.000	1.000.000	70,26
	2 Bahan Penunjang				
	Garam	50	4.000	200.000	14,05
	Goni	2	2.000	4.000	0,28
	Tali Plastik	1	8.000	8.000	0,56
	Jumlah Bahan Penunjang	53	14.000	212.000	
	3 Tenaga Kerja	3,53	25.000	88.250	6,20
	Jumlah Biaya Variabel			1.300.250	
B	Biaya Tetap				
	1 Penyusutan Alat			122.864	8,63
	Jumlah Biaya Tetap			122.864	
C	Total Biaya Produksi			1.423.114	100
D	Produksi Ikan Asin	100	24.000	2.400.000	
E	Pendapatan				
	1 Pendapatan Kotor			2.400.000	
	2 Pendapatan Bersih			976.886	
F	RCR			1,69	

Sumber : Data Primer, 2022.

Pada Tabel 14 biaya produksi ikan asin gulama samge Rp. 970.864/proses produksi, dimana didalamnya mencakup biaya variabel sebesar Rp. 848.000 dan biaya tetap sebesar Rp. 122.864. Bahan baku ikan gulama samge merupakan biaya produksi tertinggi yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp. 720.000/proses produksi atau 74,16% dan diikuti dengan biaya penyusutan alat sebesar Rp. 122.864 atau 12,65%.

Tabel 14. Rata-rata Produksi, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri Ikan Asin Gulama Samge di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Ikan Gulama Samge
----	--------	-------------------

		Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
A					
	1				
		96	7.500	720.000	74,16
	2				
		20	4.000	80.000	8,24
		2	2.000	4.000	0,41
		1	8.000	8.000	0,82
		23	14.000	92.000	
	3	1,44	25.000	36.000	3,70
				848.000	
B					
	1			122.864	12,65
				122.864	
C				970.864	100
D		38	30.000	1.140.000	
E					
	1			1.140.000	
	2			169.136	
F				1,17	

Sumber : Data Primer, 2022.

Rata-rata biaya produksi terhadap ketiga jenis ikan asin berbeda-beda, hal ini dikarenakan bahwa penggunaan jumlah bahan baku yang berbeda-beda, dengan adanya perbedaan jumlah bahan baku akan menyebabkan berbeda pula bahan penunjang seperti garam, karena penggunaan garam harus disesuaikan dengan jumlah bahan baku ikan. Jika dilakukan perbandingan biaya produksi terhadap penelitian terdahulu Fajar (2014) dengan judul Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin rata-rata biaya produksi ikan gulama sebesar Rp. 6.795.417, ikan sembilang Rp. 4.179.989 dan ikan belanak Rp. 5.377.234/proses produksi, maka total biaya produksi

pada penelitian ini lebih kecil, dikarenakan pada penelitian terdahulu menggunakan bahan baku dan bahan penunjang yang lebih banyak.

5.2.4. Pendapatan

Dalam penelitian ini, ada dua bentuk pendapatan yang dianalisis yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Berdasarkan Tabel 12, pendapatan kotor agroindustri ikan asin duri sebesar Rp. 1.300.000/proses produksi, sedangkan pendapatan bersih sebesar Rp. 401.636/proses produksi. Untuk ikan asin gulama batu dapat dilihat pada Tabel 13 untuk pendapatan kotor Rp. 2.400.000/proses produksi dan pendapatan bersih sebesar Rp. 976.886/proses produksi. Sedangkan pada ikan asin gulama samge (Tabel 14) pendapatan kotornya Rp. 1.140.000 dan memperoleh pendapatan bersih yaitu sebesar Rp. 169.136/proses produksi.

Berdasarkan pendapatan bersih pada Tabel 12, 13 dan 14 yang memperoleh nilai pendapatan bersih tertinggi yaitu pada pengolahan ikan asin gulama batu yaitu sebesar Rp. 976.886/proses produksi, sedangkan pendapatan bersih terendah yaitu pada pengolahan ikan asin gulama samge yaitu sebesar Rp. 169.136/proses produksi.

5.2.5. Efisiensi Usaha

Berdasarkan Tabel 12,13 dan 14 diketahui bahwa nilai *Return Cost Ratio* (RCR) yang diperoleh pada agroindustri ikan asin duri sebesar 1,45 per proses produksi, ini bermakna bahwa setiap Rp.1,00 biaya yang dikeluarkan dalam agroindustri ikan asin duri akan memperoleh pendapatan kotor sebesar 1,45 atau pendapatan bersih 0,45. Hal ini berarti agroindustri ikan asin duri di Kelurahan Bagan Barat layak atau menguntungkan untuk diusahakan dan dikembangkan, karena

memperoleh nilai persentase $RCR > 1$, artinya agroindustri ikan asin yang dilakukan efisien dan menguntungkan. Sedangkan pada ikan asin gulama batu, bahwa RCR yang diperoleh adalah sebesar 1,69. Ini bermakna bahwa setiap Rp. 1,00 biaya yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri ikan asin gulama batu akan memperoleh pendapatan kotor sebesar 1,69 atau pendapatan bersih sebesar 0,69. Pada agroindustri ikan asin gulama batu diperoleh $RCR > 1$, berarti usaha agroindustri ikan asin gulama batu sudah efisien dan menguntungkan. *Return Cost Ratio* (RCR) yang diperoleh dalam agroindustri ikan asin gulama samge yaitu sebesar 1,17. Hal ini berarti bahwa setiap Rp. 1,00 biaya yang dikeluarkan dalam agroindustri ikan asin gulama samge akan memperoleh pendapatan kotor sebesar 1,17 atau pendapatan bersih sebesar 0,17.

Hasil penelitian agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat layak atau menguntungkan untuk diusahakan dan dikembangkan, karena memperoleh $RCR > 1$, yang artinya usaha agroindustri ikan asin yang dilakukan sudah efisien dan menguntungkan untuk diusahakan. Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Putri (2018) yang telah melakukan penelitian di Kelurahan Pematang Pasir, Kecamatan Teluk Nibung, Kotamadya Tanjung Balai, memperoleh efisiensi ikan asin gulama batu sebesar 1,19, sehingga efisiensi pada penelitian ikan asin gulama batu di daerah Kelurahan Bagan Barat lebih efisien, dikarenakan memiliki nilai efisiensi yang lebih besar.

5.2.6. Nilai Tambah

Dari hasil perhitungan nilai tambah pada Tabel 15 memperlihatkan bahwa produksi/output untuk satu kali proses produksi ikan asin duri sebesar 50,00 Kg dengan penggunaan bahan baku/input sebesar 125,00 Kg. Faktor konversi merupakan

hasil bagi antara output dengan jumlah input yang digunakan, besarnya faktor konversi pada perhitungan nilai tambah agroindustri ikan asin duri adalah sebesar 0,40 yang berarti 1 Kg bahan baku dapat dihasilkan 0,40 Kg ikan asin duri dengan koefisien tenaga kerja sebesar 0,01 dan harga output ikan asin duri adalah Rp. 26.000,00/Kg. Harga bahan baku ikan asin duri dengan nilai Rp. 5.000/Kg dengan sumbangan input lain sebesar Rp. 896,00/Kg dan nilai output yaitu sebesar Rp. 10.400,00/Kg. Hasil nilai tambah diperoleh yaitu senilai Rp. 4.504,00 dengan nilai rasio nilai tambah 43,31% dari nilai produk.

Sedangkan hasil produksi/output untuk satu kali proses produksi ikan asin gulama batu sebesar 100,00 Kg dengan penggunaan bahan baku/input sebesar 250,00 Kg, besarnya faktor konversi pada perhitungan nilai tambah agroindustri ikan asin gulama batu adalah sebesar 0,40 yang berarti 1 Kg bahan baku dapat dihasilkan 0,40 Kg ikan asin gulama batu dengan koefisien tenaga kerja sebesar 0,01 dan harga output ikan asin gulama batu adalah Rp. 24.000,00/Kg. Harga bahan baku ikan asin gulama batu sebesar Rp. 4.000/Kg dengan sumbangan input dengan nilai Rp. 848,00, nilai output sebesar Rp. 9.600,00 dan menghasilkan nilai tambah senilai Rp. 4.752,00 dengan rasio nilai tambah sebesar 49,50% dari nilai produk. Untuk lebih jelasnya mengenai nilai tambah dapat dilihat pada Tabel 15 dan Lampiran 10.

Tabel 15. Analisis Nilai Tambah Pada Usaha Agroindustri Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

Nilai Tambah		Ikan Asin Duri	Ikan Asin Gulama Batu	Ikan Asin Gulama Sange
No	Variabel	Nilai	Nilai	Nilai
I. Output, input dan harga				
1	Output (Kg)	50,00	100,00	38,00
2	Input (Kg)	125,00	250,00	96,00
3	Tenaga Kerja (HOK)	1,54	3,53	1,44
4	Faktor Konversi (Kg)	0,40	0,40	0,40
5	Koefisien Tenaga Kerja (HOK)	0,01	0,01	0,02
6	Harga Output (Rp/Kg)	26.000,00	24.000,00	30.000,00
7	Upah Tenaga Kerja Langsung (Rp/HOK)	25.000,00	25.000,00	25.000,00
II. Penerimaan dan Keuntungan				
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	5.000,00	4.000,00	7.500,00
9	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	896,00	848,00	958,33
10	Nilai Output (Rp/Kg)	10.400,00	9.600,00	12.000,00
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	4.504,00	4.752,00	3.541,67
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	43,31	49,50	29,51
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (Rp/Kg)	250,00	250,00	500,00
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	5,55	5,26	14,12
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	4.254,00	4.502,00	3.041,67
	b. Tingkat Keuntungan (%)	94,45	94,74	85,88
III. Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi				
14	Margin (Rp/Kg)	5.400,00	5.600,00	4.500,00
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	4,63	4,46	11,11
	b. Sumbangan Input Lain (%)	16,59	15,14	21,30
	c. Keuntungan Pemilik Perusahaan (%)	78,78	80,39	67,59

Sumber : Data Primer, 2022.

Untuk ikan asin gulama sange hasil produksi/output untuk satu kali proses produksi ikan asin gulama sange sebesar 38,00 Kg dengan penggunaan bahan baku/input sebesar 96,00 Kg, besarnya faktor konversi pada perhitungan nilai tambah agroindustri ikan asin gulama sange adalah sebesar 0,40 yang berarti 1 Kg bahan baku dapat dihasilkan 0,40 Kg ikan asin gulama sange, koefisien tenaga kerja sebesar 0,02 dan harga output ikan asin gulama sange Rp. 30.000,00/Kg. Harga

bahan baku ikan asin gulama samge sebesar Rp. 7.500/Kg dengan sumbangan input lain sebesar Rp. 958,33/Kg dan nilai output sebesar Rp. 12.000,00/Kg, sehingga memperoleh nilai tambah senilai Rp. 3.541,67 dengan rasio nilai tambah sebesar 29,51% dari nilai produk.

Jika dilihat dari balas jasa pemilik faktor produksi ikan asin duri maka diperoleh margin untuk ikan asin duri sebesar Rp. 5.400/kg dengan bagian untuk tenaga kerja 4,63%, sumbangan input lain 16,59% dan keuntungan yang diperoleh pengusaha sebesar 78,78%, sedangkan margin pada ikan asin gulama batu sebesar Rp. 5.600/kg, dengan bagian untuk tenaga kerja 4,46%, sumbangan input lain 15,14% dan keuntungan pengusaha sebesar 80,39%. Margin yang diperoleh pada agroindustri ikan asin gulama samge yaitu sebesar Rp. 4.500/kg dengan bagian tenaga kerja sebesar 11,11%, sumbangan input lain sebesar 21,30% dan keuntungan yang diperoleh pengusaha yaitu 67,59%. Maka dapat disimpulkan bahwa keuntungan yang paling besar diperoleh pengusaha adalah pada agroindustri ikan asin gulama batu dan juga memiliki nilai tambah yang besar diantara ikan asin duri dengan ikan asin gulama samge.

5.3. Analisis Pemasaran Agroindustri Ikan Asin

5.3.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

a). Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah lembaga perantara yang terlibat dalam pembelian dan penjualan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pada dasarnya, lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya. Peran lembaga pemasaran yaitu

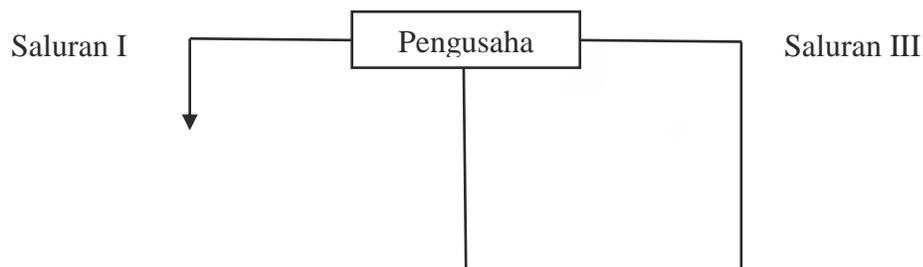
melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal. Konsumen memberikan balas jasa atas fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran.

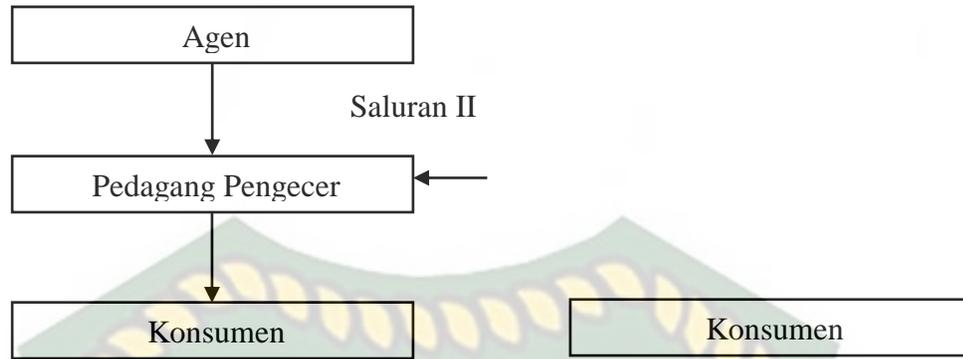
Adapun lembaga pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau adalah:

1. Pengusaha atau produsen merupakan pihak pertama dari alur pemasaran ikan asin. Dalam proses pemasaran ikan asin, pengusaha langsung menjual hasil produksi ikan asinnya kepada pedagang perantara seperti agen, pedagang pengecer maupun langsung kepada konsumen.
2. Agen merupakan pihak kedua dalam pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat. Agen langsung melakukan pembelian kepada pengusaha ikan asin dan melakukan penjualan kepada pedagang pengecer.
3. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli ikan asin kepada pengusaha dan agen. Pedagang pengecer ikan asin ini banyak dijumpai di pasar-pasar tradisional yang berada di Bagansiapiapi.

b). Saluran Pemasaran

Hasil produksi ikan asin di Kelurahan Bagan Barat dijual kepada agen, pedagang pengecer dan konsumen. Ada tiga saluran pemasaran agroindustri ikan asin yang terdapat di Kelurahan Bagan Barat. Untuk lebih jelasnya mengenai saluran pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat dapat dilihat pada Gambar 8 dibawah ini.





Gambar 8. Saluran Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat

Saluran I yaitu, pengusaha ikan asin menjual hasil produksi ikan asin ke agen, lalu nantinya agen akan menjual ke pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer menjual ikan asin tersebut ke konsumen. Saluran II yaitu pengusaha ikan asin menjual hasil produksi ikan asin kepada pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen. Sedangkan pada saluran III yaitu, pengusaha ikan asin langsung menjual ke konsumen yang datang langsung ke tempat proses produksi ikan asin. Saluran I dan saluran II disebut saluran tidak langsung, karena menggunakan perantara yaitu agen dan pedagang pengecer.

5.3.2. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam proses pemasaran ikan asin. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsinya untuk memperlancar penyaluran hasil produksi ikan asin dari pihak pengusaha hingga sampai ke agen, pedagang pengecer dan konsumen. Untuk lebih jelasnya mengenai fungsi pemasaran dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Fungsi Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran		
	Pengusaha	Agen	Pedagang Pengecer
1. Fungsi Pertukaran			
Pembelian	-	✓	✓
Penjualan	✓	✓	✓
2. Fungsi Fisis			
Penyimpanan	✓	✓	✓
Pengangkutan	-	✓	✓
Pengolahan	✓	-	-
3. Fungsi Penyediaan Sarana			
Standarisasi	-	-	-
Penanggungungan resiko	✓	✓	✓
Pembiayaan	-	✓	✓
Informasi Pasar	✓	✓	✓

a. Pengusaha Ikan Asin

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha ikan asin di Kelurahan Bagan Barat adalah sebagai berikut:

1. Fungsi penjualan yaitu pengusaha ikan asin menjual langsung hasil produksi ikan asin ke agen, pedagang pengecer dan konsumen.
2. Fungsi penyimpanan yaitu pengusaha ikan asin melakukan penyimpanan sebelum di jemput oleh agen dan pedagang pengecer. Penyimpanan dilakukan di rumah pengusaha ikan asin. Pengusaha ikan asin melakukan penyimpanan ikan asin dengan cara dibungkus dengan goni agar terhindar dari ulat yang akan menyebabkan ikan asin cepat membusuk dan kemudian diikat dengan tali.
3. Fungsi pengolahan yaitu dalam proses pengolahan hanya pengusaha ikan asin yang melakukan pengolahan ikan asin. Pengusaha ikan asin melakukan proses pengolahan ikan segar menjadi ikan asin dengan melalui tahap pembelahan ikan,

pencucian ikan, penggaraman ikan, penjemuran dan pengemasan ikan. Hasil produksi ikan asin ini akan dijual kepada agen, pedagang pengecer dan konsumen.

4. Fungsi penanggungungan resiko yaitu pengusaha menanggung resiko ikan asin yang mudah mengalami pembusukan.
5. Fungsi informasi pasar yang dilakukan oleh pengusaha yaitu untuk mengetahui seberapa banyak permintaan ikan asin oleh agen, pedagang pengecer dan konsumen.

b. Agen

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh agen ikan asin di Kelurahan Bagan Barat adalah sebagai berikut:

1. Fungsi pembelian yaitu agen ikan asin hanya melakukan pemesanan ikan asin melalui via telepon agar dapat mengirimkan ikan asin ke Dumai dan ke Bagan Batu menggunakan ekspedisi Si Cepat, pembayaran yang dilakukan pihak agen yaitu dengan cara membayar melalui transfer bank.
2. Fungsi penjualan yaitu agen melakukan penjualan secara langsung kepada pedagang pengecer. Pembelian ikan asin oleh pedagang pengecer yaitu dengan cara mendatangi secara langsung rumah agen dan langsung melakukan pembayaran secara *cash*.
3. Fungsi penyimpanan yaitu agen melakukan penyimpanan ikan asin sebelum dijemput oleh pedagang pengecer. Penyimpanan ikan asin tersebut dilakukan di rumah agen.

4. Fungsi pengangkutan yaitu perpindahan ikan asin dari pengusaha menuju kerumah agen. Fungsi pengangkutan yang dilakukan oleh pihak agen menggunakan ekspedisi.
5. Fungsi penanggungan resiko yaitu agen bertanggung jawab sepenuhnya pada kualitas dan kuantitas ikan asin sebelum dibeli oleh lembaga pemasaran selanjutnya. Resiko yang mungkin terjadi salah satunya adalah adanya ikan asin yang sudah membusuk akibat adanya ulat dan hadirnya jamur pada permukaan ikan asin.
6. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh agen yaitu modal untuk membeli ikan asin kepada pengusaha, modal tersebut berasal dari modal sendiri.
7. Fungsi informasi pasar adalah penentuan harga, agen mendapatkan informasi dari sesama agen, hal ini dilakukan untuk menghindari harga jual yang tidak terlalu berbeda.

c. Pedagang Pengecer

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer ikan asin di Kelurahan Bagan Barat adalah sebagai berikut:

1. Fungsi pembelian yaitu sebagian besar pedagang pengecer langsung membeli ikan asin ke pengusaha dan ada juga yang melakukan pembelian dengan agen.
2. Fungsi penjualan yaitu pedagang pengecer langsung menjual ikan asin kepada konsumen. Penjualan yang dilakukan pedagang pengecer yaitu di pasar tradisional Datuk Robiah dan pasar pagi yang terletak di tengah-tengah kota sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.

3. Fungsi penyimpanan yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu pada pasar tradisional tersebut, jika ikan asin tidak habis terjual.
4. Fungsi pengangkutan yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu langsung datang ke tempat pengusaha ikan asin. Pengangkutan ikan asin ini menggunakan transportasi sepeda motor.
5. Fungsi penanggungan resiko yaitu, pedagang pengecer bertanggung jawab sepenuhnya pada kualitas dan kuantitas ikan asin sebelum dibeli oleh konsumen akhir. Resiko yang mungkin terjadi salah satunya adalah adanya ikan asin yang sudah membusuk akibat adanya ulat dan hadirnya jamur pada permukaan ikan asin.
6. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengecer sama halnya dengan agen, yaitu modal untuk membeli ikan asin kepada pengusaha atau agen, modal tersebut berasal dari modal sendiri.
7. Fungsi informasi pasar. Informasi yang diperoleh pedagang pengecer berasal dari sesama pedagang pengecer yang berada di pasar tradisional tersebut. Hal ini bertujuan agar harga antar pedagang pengecer tidak terlalu berbeda.

5.3.3. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

5.3.3.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran terdiri dari biaya yang dikeluarkan pengusaha, agen, dan pedagang pengecer ikan asin selama proses pemasaran berlangsung sampai diterima oleh konsumen. Biaya pemasaran ikan asin terdiri dari biaya kemasan meliputi goni,

tali plastik dan kantong plastik serta biaya transportasi dalam pengangkutan produk ikan asin. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 17 dibawah ini:

Tabel 17. Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Saluran Pemasaran I					
		Duri		Gulama Batu		Gulama Sange	
		Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengusaha						
	Harga Jual	26.000,00	60,47	24.000,00	68,57	30.000,00	60,00
2	Agen						
	Harga Beli	26.000,00		24.000,00		30.000,00	
	a. Biaya Kemasan						
	1. Goni	58,33		53,57		111,11	
	2. Tali Plastik	29,17		13,39		55,56	
	b. Biaya Transportasi	1.000,00		1.000,00		1.000,00	
	Total Biaya Pemasaran	1.087,50		1.066,96		1.166,67	
	Margin	3.500,00	8,14	3.500,00	10,00	5.000,00	10,00
	Keuntungan	2.412,50		2.433,04		3.833,33	
	Harga Jual	29.500,00		27.500,00		35.000,00	
3	Pedagang Pengecer						
	Harga Beli	29.500,00		27.500,00		35.000,00	
	a. Biaya Kemasan						
	1. Kantong Plastik	175,00		78,34		180,92	
	b. Biaya Transportasi	233,33		104,46		241,23	
	Total Biaya Pemasaran	408,33		182,80		422,15	
	Margin	13.500,00	31,40	7.500,00	21,43	15.000,00	30,00
	Keuntungan	13.091,67		7.317,20		14.577,85	
	Harga Jual	43.000,00		35.000,00		50.000,00	
4	Konsumen						
	Harga Beli	43.000,00	100,00	35.000,00	100,00	50.000,00	100,00
	Total Biaya	1.495,83		1.249,76		1.588,82	
	Total Margin	17.000,00		11.000,00		20.000,00	
	Total Keuntungan	15.504,17		9.750,24		18.411,18	
	Efisiensi Pemasaran		3,48		3,57		3,18
	<i>Farmer's Share</i>		60,47		68,57		60,00

Sumber : Data Primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran I total biaya ikan asin duri yaitu sebesar Rp. 1.495,83/Kg, margin pemasaran yaitu sebesar Rp.17.000,00/Kg dengan total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 15.504,17/Kg dan efisiensi pemasaran sebesar 3,48% dan *farmer's share* sebesar 60,47%. Pada ikan

asin gulama batu total biaya sebesar Rp. 1.249,76/Kg, margin pemasaran sebesar Rp. 11.000,00/Kg dengan total keuntungan yaitu sebesar Rp. 9.750,24/Kg, nilai efisiensi sebesar 3,57% dan *farmer's share* sebesar 68,57%. Sedangkan untuk total biaya pada ikan asin gulama samge Rp. 1.588,82/Kg dengan margin sebesar Rp. 20.000,00/Kg sehingga memperoleh keuntungan sebanyak Rp. 18.411,18/Kg, efisiensi pemasaran sebesar 3,18% dan *farmer's share* sebesar 60,00%. Total biaya pemasaran berasal dari biaya goni, tali plastik, kantong plastik dan biaya transportasi. Karena pada umumnya agen ikan asin hanya melakukan pemesanan ikan asin melalui via telepon agar dapat mengirimkan ikan asin ke Dumai dan ke Bagan Batu menggunakan ekspedisi Si Cepat dengan tarif Rp. 1000/Kg.

Tabel 18. Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Pemasaran II Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Saluran Pemasaran II					
		Duri		Gulama Batu		Gulama Samge	
		Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengusaha						
	Harga Jual	27.000,00	62,79	25.000,00	71,43	32.500,00	65,00
2	Pedagang Pengecer						
	Harga Beli	27.000,00		25.000,00		32.500,00	
	a. Biaya Kemasan						
	1. Kantong Plastik	214,29		77,67		77,67	
	b. Biaya Transportasi	285,71		103,56		103,56	
	Total Biaya Pemasaran	500,00		181,23		181,23	
	Margin	16.000,00	37,21	10.000,00	28,57	17.500,00	35,00
	Keuntungan	15.500,00		9.818,77		17.318,77	
	Harga Jual	43.000,00		35.000,00		50.000,00	
3	Konsumen						
	Harga Beli	43.000,00	100,00	35.000,00	100,00	50.000,00	100,00
	Total Biaya	500,00		181,23		181,23	
	Total Margin	16.000,00		10.000,00		17.500,00	
	Total Keuntungan	15.500,00		9.818,77		17.318,77	
	Efisiensi Pemasaran		1,16		0,52		0,36
	<i>Farmer's Share</i>		62,79		71,43		65,00

Sumber : Data Primer, 2022.

Pada saluran pemasaran II, pengusaha langsung menjual ikan asin ke pedagang pengecer dengan cara pedagang pengecer langsung datang ke tempat pengusaha dengan biaya pemasaran pedagang pengecer yaitu berupa kantong plastik dan biaya transportasi. Dapat dilihat pada Tabel 18 bahwa total biaya ikan asin duri yaitu sebesar Rp. 500,00, sedangkan untuk total biaya ikan asin gulama batu dan gulama samge pedagang pengecer mengeluarkan biaya yang sama yaitu sebesar Rp. 181,23. Sedangkan pada saluran pemasaran III, dapat dilihat pada Tabel 19 bahwa terdapat biaya pemasaran yaitu biaya transportasi konsumen yaitu sebesar Rp. 61,11 untuk semua pemasaran ikan asin, dikarenakan konsumen langsung membeli ke pengusaha ikan asin yang memiliki tempat tinggal tidak jauh dari tempat pengolahan ikan asin. Harga ikan asin yang diperoleh konsumen dari pengusaha yaitu ikan asin duri Rp. 29.000/Kg, ikan asin gulama batu Rp. 27.000/Kg dan ikan asin gulama samge Rp. 35.000/Kg sudah termasuk biaya kemasan plastik.

Tabel 19. Analisis Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Pada Saluran Pemasaran III Ikan Asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau Tahun 2022.

No	Uraian	Saluran Pemasaran III					
		Duri		Gulama Batu		Gulama Samge	
		Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengusaha						
	Harga Jual	17.967,28	61,96	14.231,14	52,71	25.549,05	73,00
2	Konsumen						
	Harga Beli	29.000,00		27.000,00		35.000,00	
	a. Biaya Transportasi	61,11		61,11		61,11	
	Total Biaya	61,11		61,11		61,11	
	Total Margin	11.032,72		12.768,86		9.450,95	
	Total Keuntungan	10.971,61		12.707,75		9.389,84	
	Efisiensi Pemasaran		0,21		0,23		0,17
	<i>Farmer's Share</i>		61,96		52,71		73,00

Sumber : Data Primer, 2022.

5.3.3.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima oleh pengusaha dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Komponen-komponen dari margin pemasaran yaitu biaya-biaya yang diperlukan lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut sebagai biaya pemasaran seperti biaya kemasan dan biaya transportasi. Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa total margin pada saluran I untuk ikan asin duri yaitu sebesar Rp. 17.000, sedangkan total margin untuk ikan asin gulama batu sebesar Rp. 11.000 dan untuk ikan asin gulama samge total marginnya yaitu sebesar Rp. 20.000. Jiki dilihat pada saluran II yaitu pada Tabel 18, total margin pada saluran pemasaran ikan asin duri yaitu Rp. 16.000, untuk ikan asin gulama batu sebesar Rp.10.000 dan total margin ikan asin gulama samge sebesar Rp. 17.500. Pada saluran III (Tabel 19), total margin pada saluran pemasaran ikan asin duri sebesar Rp. 11.032,72, ikan asin gulama batu yaitu sebesar Rp. 12.768,86 dan ikan asin gulama samge yaitu sebesar Rp. 9.450,95

5.3.3.3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin dan biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan ikan asin. Total keuntungan ikan asin duri pada saluran I yaitu sebesar Rp. 15.504,17, dimana keuntungan yang diterima agen sebesar Rp. 2.412,50, sedangkan keuntungan yang diterima pedagang pengecer sebesar Rp. 13.091,67. Total keuntungan ikan asin gulama batu Rp. 9.750,24, keuntungan yang diterima agen yaitu Rp. 2.433,04 dan keuntungan yang diterima pedagang pengecer sebesar Rp. 7.317,20. Sedangkan total keuntungan ikan asin gulama samge yaitu sebesar Rp. 18.411,18, dimana keuntungan pada tingkat agen ikan asin yaitu Rp.

3.833,33 dan keuntungan ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 14.577,85. Total keuntungan tertinggi pada saluran pemasaran I yaitu ikan asin gulama samge, sedangkan keuntungan terendah yaitu pada ikan asin gulama batu.

Pada saluran pemasaran ke dua, keuntungan yang diterima pedagang pengecer ikan asin duri yaitu sebesar Rp. 15.500,00. Sedangkan untuk ikan asin gulama batu keuntungan yang diperoleh adalah sebesar Rp. 9.818,77 dan keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer ikan asin gulama samge adalah sebesar Rp. 17.318,77. Sedangkan pada saluran ke tiga keuntungan pengusaha pada pemasaran ikan asin duri sebesar Rp. 10.971,61, ikan asin gulama batu yaitu sebesar Rp. 12.707,75 dan ikan asin gulama samge keuntungan yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 9.389,84.

5.3.3.4. *Farmer's Share*

Farmer's share adalah persentase harga yang diterima pengusaha terhadap harga yang dibayar oleh konsumen akhir dalam bentuk *persentase* (%). Pada Tabel 17 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran I menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima pengusaha ikan asin duri yaitu sebesar 60,47%, dengan harga jual ditingkat pengusaha adalah Rp. 26.000 dan harga yang dibayar oleh konsumen akhir sebesar Rp. 43.000. Sedangkan pada ikan asin gulama batu, bagian yang diterima pengusaha yaitu 68,57% dan harga yang diterima pengusaha ikan asin gulama samge adalah 60,00%.

Sedangkan pada saluran II bagian yang diterima pengusaha ikan asin jenis duri adalah sebesar 62,79%, untuk ikan asin jenis gulama batu yaitu 71,43% dan ikan asin jenis gulama samge yaitu sebesar 65,00% dan untuk saluran III, bagian yang

diterima pengusaha ikan asin jenis duri sebesar 61,96%, ikan asin gulama batu sebesar 52,71% dan ikan asin gulama samge sebesar 73,00%.

5.3.3.5.Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran untuk melihat apakah pemasaran tersebut efisien. Semakin kecil persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran tersebut semakin efisien. Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa pada saluran I pengusaha langsung menjual ikan asin ke agen. Efisiensi yang diperoleh untuk ikan asin duri yaitu sebesar 3,48%, sedangkan pada ikan asin gulama batu efisiensi pemasarannya yaitu sebesar 3,57% dan untuk ikan asin gulama samge yaitu 3,18%. Efisiensi pemasaran pada saluran ke II yaitu dapat dilihat pada Tabel 18, bahwa pengusaha langsung menjual ikan asin kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer datang langsung ke tempat pengolahan ikan asin. Efisiensi pemasaran ikan asin duri yaitu sebesar 1,16%, untuk ikan asin gulama batu sebesar 0,52% dan untuk ikan asin gulama samge sebesar 0,36%. Untuk saluran pemasaran III, dapat dilihat pada Tabel 19. Bahwa pengusaha langsung menjual ikan asin kepada konsumen akhir dengan harga Rp. 29.000 ikan asin duri, Rp. 27.000 ikan asin gulama batu dan Rp. 35.000 ikan asin gulama samge, dengan efisiensi ikan asin duri sebesar 0,21%, ikan asin gulama batu sebesar 0,23% dan ikan asin gulama samge sebesar 0,17%. Berdasarkan hasil penelitian pada pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan barat, bahwa nilai efisiensi terhadap tiga saluran pemasaran diatas yang paling efisien adalah pada saluran pemasaran III, karena memiliki nilai efisien paling kecil dibandingkan pada saluran pemasaran I dan saluran II.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian usaha agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Responden pada agroindustri ikan asin di Kelurahan Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau berada pada kategori umur yang produktif yaitu dengan rata-rata umur 33 tahun pada pengusaha, tenaga kerja yaitu 53 tahun dan pedagang yaitu 39 tahun, tingkat pendidikan pengusaha rata-rata yaitu selama 10 tahun, tingkat pendidikan tenaga kerja dengan rata-rata 7 tahun dan tingkat pendidikan pedagang rata-rata yaitu selama 9 tahun, responden agroindustri ikan asin sebagian besar sudah cukup berpengalaman dengan rata-rata pengalaman berusaha pada pengusaha selama 7 tahun, tenaga kerja selama 5 tahun dan pedagang selama 4 tahun dan jumlah tanggungan rata-rata pengusaha yaitu sebanyak 5 orang, tenaga kerja sebanyak 5 orang dan pedagang sebanyak 3 orang. Usaha ikan asin di Kelurahan Bagan Barat dilakukan secara turun temurun, usaha ini termasuk kedalam skala usaha kecil yang memiliki 9 (sembilan) orang tenaga kerja dengan modal sebesar Rp.17.620.674, dan setiap pengusaha masing-masing memiliki 9 orang tenaga kerja.
2. Proses produksi ikan asin masih sangat sederhana, karena menggunakan peralatan-peralatan yang mudah didapat. Tahapan proses produksi pada ikan asin

yaitu dimulai dari tahap pembelahan ikan, pencucian, penggaraman, penjemuran dan pengemasan ikan asin. Tahapan proses produksi yang paling lama yaitu pada saat membelah ikan. Penggunaan bahan baku ikan rata-rata terdiri dari ikan duri sebesar 125 Kg/proses produksi, ikan gulama batu 250 Kg/proses produksi dan ikan gulama samge 96 Kg/proses produksi, dengan penggunaan bahan penunjang garam pada ikan duri sebanyak 25 Kg/proses produksi, ikan gulama batu sebanyak 50 Kg/proses produksi dan ikan gulama samge sebanyak 20 Kg/proses produksi, sehingga jumlah keseluruhan penggunaan bahan baku garam yaitu sebanyak 95 Kg/proses produksi, 6 unit goni sebagai penyimpanan ikan asin yang belum terjual, kemudian memerlukan 3 gulungan tali plastik sebagai pengikat goni tersebut. Jumlah produksi ikan asin duri sebanyak 50 Kg/proses produksi, ikan asin gulama batu sebanyak 100 Kg/proses produksi dan ikan asin gulama samge sebanyak 38 Kg/proses produksi. Adapun biaya produksi ikan asin duri yang dikeluarkan senilai Rp.898.364 dengan pendapatan kotor senilai Rp. 1.300.000 sehingga diperoleh pendapatan bersih dengan nilai Rp. 401.636. *Return Cost Ratio* (RCR) yang diperoleh yaitu sebesar 1,45 dan nilai tambah yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 4.504,00/Kg, biaya produksi ikan asin gulama batu yaitu senilai Rp.1.423.114 dengan pendapatan kotor senilai Rp. 2.400.000 dan diperoleh pendapatan bersih sebesar Rp. 976.886, sehingga *Return Cost Ratio* (RCR) yang diperoleh sebesar 1,69 dan memperoleh nilai tambah senilai Rp. 4.752,00/Kg. Sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk ikan asin gulama samge yaitu sebesar Rp. 970.864, pendapatan kotor diperoleh sebanyak Rp. 1.140.000, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh senilai Rp. 169.136

dengan *Return Cost Ratio* (RCR) sebesar 1,17 dan nilai tambah pada agroindustri ikan asin gulama samge yaitu senilai Rp. 3.541,67/Kg.

3. Lembaga pemasaran ikan asin di Kelurahan Bagan Barat yaitu terdiri dari pengusaha, agen dan pedagang pengecer. Saluran pemasaran yang digunakan pengusaha ikan asin dalam memasarkan ikan asin yaitu terdapat 3 saluran pemasaran, fungsi pemasaran yang dilakukan pengusaha yaitu fungsi penjualan, penyimpanan, pengolahan, penanggungan resiko dan informasi pasar sedangkan fungsi pemasaran yang dilakukan agen dan pedagang pengecer yaitu pembelian, penjualan, penyimpanan, pengangkutan, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar. Biaya saluran pemasaran I yaitu Rp. 1.495,83 ikan asin duri, Rp. 1.249,76 ikan asin gulama batu, Rp. 1.588,82 ikan asin gulama samge, saluran II biaya pemasaran ikan asin duri Rp. 500,00, ikan asin gulama batu dan gulama samge sama dengan nilai Rp. 181,23. Sedangkan pada saluran pemasaran III mengeluarkan biaya pemasaran dengan nilai yang sama yaitu Rp. 61,11 yang merupakan biaya transportasi konsumen. Total margin pada saluran I untuk ikan asin duri sebesar Rp. 17.000, dengan persentase efisiensi sebesar 3,48%. Pada ikan asin gulama batu total margin sebesar Rp. 11.000, efisiensi pemasaran sebesar 3,57% dan untuk ikan asin gulama samge total margin sebesar Rp. 20.000, efisiensi pemasaran sebesar 3,18%. Pada saluran pemasaran II, total margin untuk ikan asin duri sebesar Rp. 16.000, dengan tingkat efisiensi sebesar 1,16%, total margin ikan asin gulama batu sebesar Rp. 10.000 dengan tingkat efisiensi sebesar 0,52% dan pada ikan asin gulama samge memiliki total margin sebesar Rp. 17.5000 dan efisiensi pemasaran sebesar 0,36%. Sedangkan pada

saluran pemasaran III memperoleh total margin yaitu sebesar Rp. 11.032,72 dan tingkat efisiensi sebesar 0,21% pada ikan asin duri, untuk ikan asin gulama batu memperoleh margin sebesar Rp. 12.768,86 dan tingkat persentase efisiensi pemasaran sebesar 0,23%, sedangkan margin ikan asin gulama samge sebesar Rp. 9.450,95 dan efisiensi sebesar 0,17%. Diantara ketiga saluran pemasaran tersebut, saluran yang paling efektif dan efisien adalah saluran pemasaran III.

6.2. Saran

1. Bagi pengusaha ikan asin disarankan untuk meningkatkan pendapatan pengusaha dengan melakukan pinjaman modal kepada pihak yang terkait seperti Bank untuk membeli bahan baku agar dapat meningkatkan jumlah produksi ikan asin dan disarankan untuk meningkatkan jumlah produksi pada ikan asin gulama batu, dikarenakan pada ikan asin gulama batu memiliki nilai tingkat efisiensi yang tertinggi serta memiliki pembukuan dalam usahanya, agar dapat mengetahui dengan jelas mengenai biaya produksi dan pendapatan yang diperoleh. Dalam melakukan pemasaran ikan asin sebaiknya pengusaha menjual langsung ikan asin kepada konsumen agar harga yang diterima konsumen tidak terlalu tinggi.
2. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Rokan Hilir sebaiknya mendukung perkembangan agroindustri ikan asin ini, dikarenakan memiliki potensi hasil ikan yang banyak, dengan begitu ikan yang berlimpah tidak terbuang sia-sia dengan adanya pengolahan ikan asin dan dapat memberikan nilai tambah pada produk ikan asin serta dapat membuka lapangan pekerjaan. Bagi pemerintah disarankan agar memberikan bantuan berupa dana kepada pengusaha agar dapat meningkatkan jumlah produksi ikan asin.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surah An-Nahl Ayat 14. Al-Qur'an dan terjemahan.
- Ahwal, L. 2018. Analisis Pemasaran Ikan Kering Di Desa Jangkar Kecamatan Jangkar Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilimiyah Agribios*, 16(1): 1-13
- Alfredo, P. 2017. Analisis Nilai Tambah Pada Industri Pengolahan Ikan Asin (Studi Kasus Di Kecamatan Sei Lapan Kabupaten Langkat. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. [Tidak dipublikasikan].
- Anonim. 2012. Menghitung Jumlah Biaya. <http://id.wikipedia.org/wiki/Biaya>. Diakses tanggal 11 November 2021.
- Arifin. 2016. Pengantar Agroindustri. CV.Mujahid Press, Bandung.
- Assauri. 2004. Manajemen Produksi dan Operasi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Asmarantaka, R. W. 2012. Pemasaran Agribisnis (*Agrimarketing*). Departemen Agribisnis FEM-IPB, Bogor.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2002. Skala Usaha Dalam Jumlah Tenaga Kerja.
- _____. 2007. Pengelolaan Industri. Jakarta
- _____. 2020. Produksi Perikanan Tangkap.
- _____. 2017. Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Usia
- Bank Indonesia. 2015. Provil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. LPPi dan BI, Jakarta.
- BKKBN. 2010. Penyiapan Kehidupan Berkeluarga Bagi Remaja. Direktorat Remaja dan Perlindungan HAK-hak Reproduksi, Jakarta.
- Dhiman, P.K and A. Rani. 2011. Problems And Prospects Of Small Scale Agro Based Industries: An Analysis Of Patiala District. *International Journal Of Multidisciplinary Research*, 1(4): 129-142.

- Dinas Perikanan Kabupaten Rokan Hilir. 2021. Data Produksi Perikanan Tangkap dan Perikanan Budidaya.
- Elly, J, D.H., Darwanto dan S. Hartono. 2013. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Jurnal Agrifor*, 12(1): 1-10.
- Fajar. 2014. Analisis Agroindustri dan Pemasaran Ikan Asin (Studi Kasus Di Desa Nelayan Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir). *Jurnal Dinamika Pertanian*, 29(3): 283:294.
- Firdaus. 2018. Analisis Penggunaan Modal Usaha Dalam Upaya Untuk Memaksimalkan Laba Pada Ud. 135 Sinar Galesong. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. [Tidak dipublikasikan].
- _____. 2012. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Fitri. 2020. Analisis Usaha Ikan Asin (Studi Kasus Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 2(1): 20-36.
- Gaspersz, V. 2006. *Total Quality Management. Untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Griffin, R. 2005. Faktor Produksi. Online pada <http://id.wikipedia.org/wiki/faktorproduksi>. Diakses tanggal 1 Juli 2022.
- Gumbira, S, dan Harizt, I. 2001. *Manajemen Agribisnis*. PT. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Hamid, A. K. 1994. *Dasar-Dasar Tataniaga Pertanian*. Fajar Harapan, Pekanbaru.
- Hanafiah. 1983. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. UI Press, Jakarta.
- Handoko. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Edisi kedua*. BPFE, Yogyakarta.
- Hasan, B. 2014. Analisis Rantai Pemasaran Dan Besar Marjin Pemasaran Ikan Asin Pada Tiap Pelaku Pemasaran Di Desa Padang Rubek Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar. [Tidak dipublikasikan].
- Hasriani. 2018. Analisis Saluran Distribusi Produk Pada Pt. London Sumatera Di Kabupaten Bulukumba. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. [Tidak dipublikasikan].

- Hayami, Y, T. Kawagoe, Y. Marooka, dan M. Siregar. 1987. *Agricultural Marketing and Proseccing in Upland Java A Perspective From A Sunda Village*. CGPRT Centre Bogor, Bogor.
- Hendrik. 2010. Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Di Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah Sumatera Utara. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 12(1): 83-88.
- Hermanto, F. 1991. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Hermanto. 1996. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hernanto. 2009. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hoetomo, M. A. 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Mitra pelajar, Surabaya
- Indah, S. 2000. Fungsi Keuntungan Cobb Douglas Dalam Perdagangan Efisiensi Ekonomi Relatif. *Dalam Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(2):149-161.
- Josua, Y.T.G. 2018. Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon). *Jurnal Ilmiah*, 5(1): 961-972.
- Kadek, J., I. K., Dunia, I. Luh. 2014. Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk Di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1): 1-12.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2019. *Pemindangan, Teknik Pengolahan Ikan yang Memiliki Potensi Meningkatkan Konsumsi Ikan Nasional*. <https://kkp.go.id/djpdspkp/bbp2hp/artikel/11443-pemindangan-teknik-pengolahan-ikan-yang-memiliki-potensi-meningkat-kan-konsumsi-ikan-nasional>. Diakses tanggal 13 Desember 2021.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2012. *Kajian Nilai Tambah Produk Pertanian*. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro.
- Kiki. 2011. *Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kabupaten Cilacap*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. [Tidak dipublikasikan].
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Impementasi dan Kontrol*, Jilid 1. PT.Prenhallindo, Jakarta.
- .2000. *Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Impementasi dan Kontrol*, Jilid 2. PT.Prenhallindo, Jakarta.

- _____.2002. Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Kumar, P. 2007. *Farm Size and Marketing Efficiency : Price and Post Liberalization*. Ashok Kumar Mittal. New Delhi, India.
- Limbong, W. H. dan Sitorus. 1987. Pengantar Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Lipse, G. R. 1990. Pengantar Mikro Ekonomi. Erlangga, Jakarta.
- _____.1995. Pengantar Ekonomi Mikro. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Mantra, I. B. 2004. Demografi Umum. Pustaka Raja, Jakarta.
- Maydha, H. 2021. Agroindustri dan Pemasaran Keripik Pisang Di Kelurahan Sialang Munggu Kecamatan Tampan (Studi Kasus Pada Keripik Pisang Inun Wijaya). Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. [Tidak dipublikasikan].
- Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya, Edisi ketiga. STIE YKPN, Yogyakarta
- Nyoman. 2017. Pemasaran Agribisnis. Modul Fakultas Pertanian Universitas Udayana, Denpasar.
- Padmowihardjo, S. 1999. Psikologi Belajar Mengajar. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Popi, A. 2017. Analisis Agroindustri Dan Pemasaran Ikan Asin Bulu Ayam Di Desa Tenggayun Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. [Tidak dipublikasikan].
- Putri. 2018. Analisis Kelayakan Usaha Pengolahan Ikan Asin Gulamah Batu (Pseudocienna Amovensis) (Kasus: Kelurahan Pematang Pasir, Kecamatan Teluk Nibung, Kotamadya Tanjung Balai). Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. [Tidak dipublikasikan].
- Rahim. 2007. Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus. Penebar Swadaya.
- Reksohadiprodo, Sukanto, dan I., Gitosudarmo. 2014. Manajemen Produksi. Edisi Keempat. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Riniyanti, P. 2017. Analisis Produksi Dan Distribusi Usaha Pengolahan Ikan Asin Gulamah Di Kelurahan Belawan Bahari Kecamatan Medan Belawan Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Skripsi Fakultas Perikanan Dan Kelautan Universitas Riau. [Tidak dipublikasikan].

- Rolf, G. 2016. Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal JOM* 4(1): 1-9.
- Simanjuntak, P. I. 2005. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Soekartawi. 1993. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- _____.1995. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____.1999. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____.2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Raja Grafindo Persabda, Jakarta.
- _____.2003. *Prinsip Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press, Jakarta.
- _____.2012. *Faktor-Faktor Produksi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sofyansori. 1993. *Karakteristik Dan Profil Petani*. UI Press, Jakarta.
- Stanton, W. 1993. *Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Erlangga, Jakarta.
- Subagyo. 2000. *Manajemen Operasi*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Sumaryanto. 2003. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suroto. 2000. *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Gajah Mada Univercity, Yogyakarta.
- Swasta. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Syafni. 2010. *Analisis Faktor Produksi yang Mempengaruhi Produksi Fiber Pada UD. Matahari Fibre Glass Pekanbaru*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. [Tidak dipublikasikan].
- Umni, D. 2015. *Pengaruh Produksi Padi Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru*. *Jurnal Ekonomi* 9(2): 149-158.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.

_____. Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

_____. Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Warsidi, E. 2009. *Bagaimana Mengolah dan Mengawetkan Ikan*. Mitra Utama, Bekasi.

Wayan S. 2020. *Analysis Of Income and Marketing Efficiency Of Gouramy In Yeh Embang Kangin Jembrana Village*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 4(2): 111-119.

Wenda, R. 2021. *Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Keripik Nangka (Studi Kasus Pada Usaha Baru Ibu) Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. [Tidak dipublikasikan].

William, J. dan Stanton. 1985. *Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-7 Erlangga, Jakarta.

Winardi. 2004. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Edisi Revisi. PT. Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.

Yamit, Z. 2003. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Kedua. FE UII, Yogyakarta.

Yogi, S. 2018. *Analisis Pemasaran Ikan Asin Aso-Aso (Studi Kasus Di Desa Pasar II, Kecamatan Natal, Kabupaten Mandailing Natal*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. [Tidak dipublikasikan].

Yuspardianto. 2020. *Hasil Tangkapan Ikan di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau*. *Jurnal Magrow dan Pesisir*, Volume IV No. 3.

Zaki, B. 1997. *Intermediate Accounting*. Edisi ketujuh. BPFE, Yogyakarta.