

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

1. Tinjauan Pustaka

1. Ikan

Perikanan adalah kegiatan manusia yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumberdaya hayati perairan. Sumberdaya hayati perairan tidak dibatasi secara tegas dan pada umumnya mencakup ikan, amfibi, dan berbagai avertebrata penghuni perairan dan wilayah yang berdekatan, serta lingkungannya. Di Indonesia, menurut UU RI No. 9/1985 dan UU RI No. 31/2004, kegiatan yang termasuk dalam perikanan dimulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Sehingga, perikanan dapat dianggap merupakan usaha agribisnis. Perikanan adalah suatu kegiatan perekonomian yang memanfaatkan sumber daya alam perikanan dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk kesejahteraan manusia dengan mengoptimalkan dan memelihara produktivitas sumber daya perikanan dan kelestarian lingkungan (<http://www.wikipedia.co.id>).

Ikan merupakan salah satu sumber zat gizi penting bagi proses kelangsungan hidup manusia. Manusia telah memanfaatkan ikan sebagai bahan pangan sejak

beberapa abad yang lalu. Sebagai bahan pangan, ikan mengandung zat gizi utama berupa protein, lemak, vitamin dan mineral (www.repository.usu.ac.id).

Menurut Afrianto dan Liviawaty (1989), daging ikan mempunyai komposisi kimia sebagai berikut :

Air : 60,0 - 80,0%

Protein : 18,0 - 30%

Lemak : 0,1 - 2,2%

Karbohidrat : 0,0 – 1,0%

Vitamin dan Mineral : sisanya

Ikan bersifat mudah membusuk karena dalam proses pembusukan pada ikan disebabkan terutama oleh aktivitas enzim yang terdapat di dalam tubuh ikan itu sendiri, aktivitas mikroorganisme atau proses oksidasi pada lemak tubuh oleh oksigen dari udara. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh ikan telah dirasakan sangat menghambat usaha pemasaran hasil perikanan dan tidak jarang menimbulkan kerugian besar, terutama pada saat produksi ikan melimpah. Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan daya simpan dan daya awet produk perikanan pada pasca panen melalui proses pengolahan maupun pengawetan. Keanekaragaman hasil produksi perikanan dan kelautan tersebut dapat memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat bila dipasarkan baik dalam bentuk olahan setengah jadi ataupun olahan dalam bentuk jadi. Ikan hasil pengolahan dan pengawetan umumnya sangat disukai oleh masyarakat karena produk akhirnya mempunyai ciri-ciri khusus yakni perubahan sifat-sifat daging seperti bau, rasa, bentuk dan tekstur (Afrianto dan Liviawaty, 1989). Bahan baku

yang sering digunakan dalam proses pengolahan ikan adalah Ikan Baji-Baji dan Swanggi. Ikan tersebut sering digunakan oleh pelaku pasar dengan mengubahnya menjadi produk makanan setengah jadi atau dalam bentuk jadi.

a. Klasifikasi Ikan Baji-Baji

Klasifikasi Ikan Baji-Baji adalah sebagai berikut :

Kelas : Actinopterygii
 Subkelas : Neopterygii
 Ordo : Scorpaeniformes
 Sub ordo : Platycephaloidei
 Famili : Platycephalidae
 Genus : *Grammoplites*
 Spesies : *Grammoplites scaber* L
 Genus : *Inegocia*
 Spesies : *Inegocia japonica* T.

Menurut Weber dan de Beaufort (1967) dalam Setyaningrum (2004), nama lokal ikan Baji-Baji adalah mutu kerkau (Indonesia), tekeh (Jawa), muntu kerbau (Jawa Barat), baji-baji (Jakarta, Sulawesi Selatan), petok (Jawa Tengah), pahat (Jawa Timur), mangada, paha-paha (Madura), badukan (Sumatera Timur). Menurut Kuronuma dan Abe (1986) dalam Setyaningrum (2004), nama umum ikan ini adalah rough flathead.

b. Morfologi Ikan .

Spesies *Grammoplites scaber* L. memiliki warna tubuh bagian atas coklat dan bagian bawah berwarna terang. Bentuk kepala dan tubuh picak dengan tubuh dan

ekor pada bagian atas tertutup sisik ktenoid yang kecil dan sisik sikloid pada bagian bawah yang datar. Semua sisik pada linea lateralis (LL) berupa duri yang tajam. Sisik pada LL berjumlah 53-54 yang masing-masing mempunyai duri yang berkembang dengan baik. *Grammoplites scaber* L. tidak memiliki duri hidung. Supraorbital di depan mata memiliki satu atau lebih duri tajam. Terdapat duri pendek pada dasar preoperculum dan dua duri yang lebih pendek di bawahnya Weber dan de Beaufort (1967) dalam Setyaningrum (2004).

c. Distribusi Ekologis dan Geografis Ikan Baji-Baji

Grammoplites scaber L. merupakan ikan demersal yang biasa ditemukan sampai kedalaman 55 meter baik di laut maupun di air payau dengan substrat lumpur maupun pasir pada daerah beriklim tropis. Penyebaran ikan ini meliputi daerah Indo-Pasifik Barat yaitu Laut Arabian Selatan dan Pantai Bengal sampai Malaysia, Indonesia, Teluk Thailand, Vietnam, Hongkong dan bagian selatan Filipina, Laut Arafura. Ikan Baji-Baji ini merupakan ikan yang mempunyai potensi sebagai alternatif bahan pangan. Ikan ini merupakan salah satu bahan makanan yang cukup penting bagi penduduk Kepulauan Indo-Australia.

d. Klasifikasi Ikan Swanggi

Ikan swanggi (*Priacanthus tayenus*) atau yang dikenal dengan nama *bigeye* *bullseye* merupakan salah satu sumberdaya perikanan yang memiliki potensi besar dalam mendukung pemenuhan kebutuhan pangan. Ikan swanggi pada awalnya bukan merupakan ikan hasil tangkapan utama, namun ikan ini salah satu tangkapan yang bersifat komersial dan banyak didaratkan di pelabuhan perikanan.

Ikan Swanggi merupakan ikan karang demersal dari famili Priacanthidae.

Karakteristik Ikan Swanggi adalah memiliki mata besar dengan lapisan pemantul cahaya, memiliki sisik kasar dan bersifat diurnal, badan agak tinggi, memanjang dan tipis secara lateral, memiliki gigi kecil dan panjang total maksimum mencapai 35 cm. Klasifikasi Ikan Swanggi adalah sebagai berikut :

Kelas : Pisces
 Subkelas : Actinopterygii
 Ordo : Perciformes
 Sub ordo : Percoidei
 Famili : Priacanthidae
 Genus : *Priacanthus*
 Spesies : *Priacanthus tayenus*

e. Morfologi Ikan

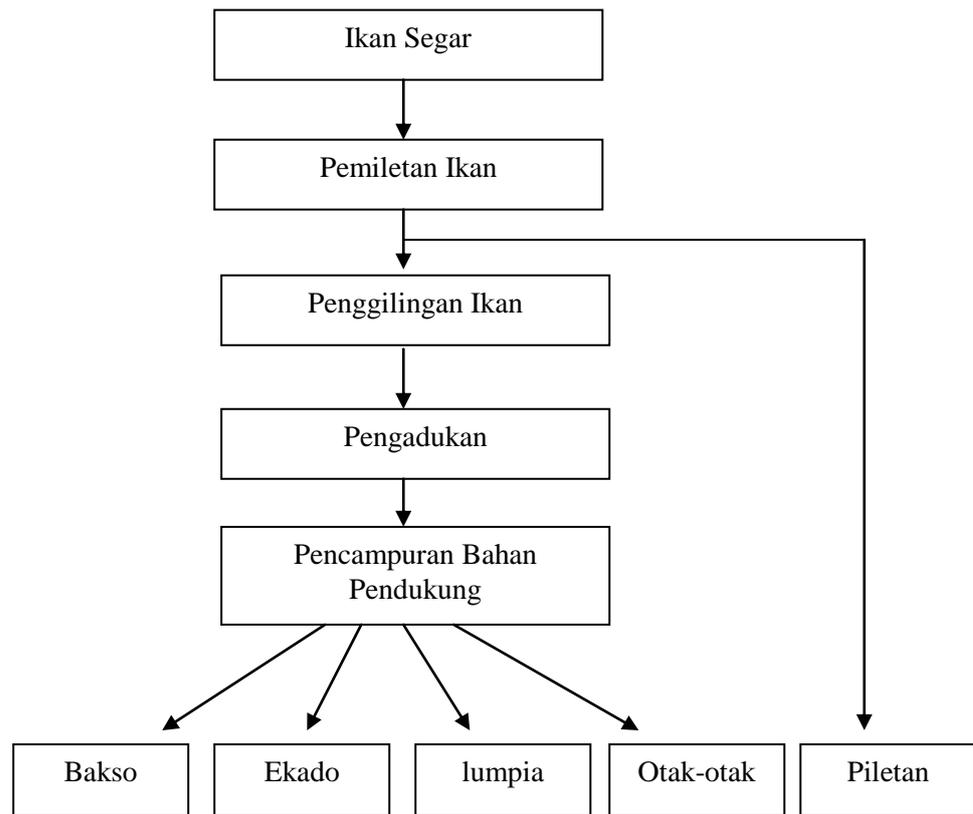
Ikan Swanggi memiliki tulang saring insang pada lengkung insang pertama berjumlah 21-24. Duri sirip punggung terdiri dari 10 jari-jari keras dan 11-13 jari-jari lemah. Duri sirip ekor terdiri dari 3 jari-jari keras dan 12-14 jari-jari lemah. Jari sirip dada berjumlah 17-19 jari-jari lemah. Warna tubuh, kepala dan iris mata adalah putih kemerah-merahan atau putih keperak-perakan, sirip berwarna merah muda, sedangkan ciri utama yang menjadi pembeda terhadap jenis *Priacanthus* lainnya adalah memiliki sirip perut dengan bintik kecil ungu kehitam-hitaman dalam membrane dengan 1 atau 2 titik besar yang berada di dekat perut (FAO, 1999).

f. Distribusi Ekologis dan Geografis Ikan Swanggi

Menurut FAO (1999), Ikan Swanggi (*Priacanthus tayenus*) merupakan ikan predator *epibenthic* yang hidup di perairan pantai diantara bebatuan karang dan area terbuka pada kedalaman 20-200 m ikan swanggi (*Priacanthus tayenus*) yang terdapat di wilayah perairan Selat Sunda hanya memiliki ruaya di sekitar perairan tersebut saja. Distribusi Ikan Swanggi di dunia meliputi wilayah pesisir utara Samudera Hindia dari Teluk Persia bagian Timur serta wilayah Pasifik Barat dari Australia bagian Utara dan Pulau Solomon bagian utara sampai Provinsi Taiwan di China.

2. Pengolahan Ikan

Pengolahan ikan adalah proses mengubah bahan baku ikan dengan cara tradisional maupun modern, baik secara fisika, kimia, mikrobiologis maupun kombinasinya untuk dijadikan produk akhir yang dapat berupa ikan segar, ikan baku maupun bentuk olahan lainnya berupa produk siap saji maupun setengah jadi. Hal tersebut digunakan untuk mengawetkan dan memperbaiki penampilan sifat-sifat fisika, kimia dan nilai gizi serta nilai tambahnya (*value added*) untuk memenuhi konsumsi manusia. Adapun tahapan pengolahan ikan menjadi berbagai produk dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pengolahan ikan menjadi produk makanan

Tahapan-tahapan dalam pengolahan ikan menjadi berbagai produk adalah :

1. Pemiletan ikan

Proses pertama untuk mengubah ikan menjadi berbagai produk adalah pemiletan ikan yang berawal dari ikan segar, kemudian bagian tubuh ikan dibersihkan. Pada tahap ini membuang kepala serta duri dari ikan tersebut. Tahap ini dilakukan pada semua produk. Terutama untuk piletan ikan yang sudah langsung dapat dikemas untuk dijual ke konsumen.

2. Penggilingan ikan

Proses ini memasukkan ikan ke mesin penggiling untuk dihaluskan. Proses ini dilakukan pada produk bakso, ekado, lumpia ikan serta otak-otak.

3. Pengadukan

Setelah semua daging ikan dihaluskan dengan mesin penggiling, daging tersebut diulen atau diaduk agar merata semua daging yang telah dihaluskan sebelumnya. Proses tersebut dilakukan kurang lebih 5 menit.

4. Pencampuran Bahan Pendukung

Setelah dilakukan pengadukan, masukkan beberapa bahan pelengkap seperti garam, gula, lada, telur dengan ukuran masing-masing berbeda untuk setiap produk. Terdapat bahan pelengkap lainnya seperti daun seledri, air santan, daun bawang, wortel dan bawang bombay. Setelah semua bahan dicampurkan kemudian dimasukkan tepung terigu dengan dilakukan pengadukan atau pengulenan kembali hingga semua bahan tercampur merata. Proses terakhir yaitu mencetak adonan ikan tersebut menjadi produk serta melakukan pengemasan pada bakso, ekado, lumpia ikan, dan otak-otak agar lebih terlihat higienis.

3. Kelompok Usaha Bersama (KUB)

Kelompok Usaha Bersama (KUB) adalah sarana dan tempat yang diberikan oleh pemerintah kepada pengusaha perikanan berskala kecil untuk bertukar pengalaman dan informasi serta mengadakan kegiatan bersama demi mencapai tujuan bersama yaitu kesejahteraan anggotanya. KUB melakukan usaha dalam mengolah ikan menjadi produk setengah jadi maupun siap saji, pengusaha perikanan dapat bergabung dalam bidang budidaya maupun hasil pengolahannya. Sebagian besar anggota KUB adalah perempuan nelayan yang mempunyai jenis usaha yang sama. Melalui KUB para perempuan di lingkungan daerah tersebut dapat memperoleh pembinaan berupa latihan ketrampilan dan manajemen untuk

mengembangkan usaha ekonomi produktif disamping memperoleh sejumlah dana bergulir untuk dijadikan sebagai modal usaha. Sejak tahun 2004, KUB menjadi salah satu pelaksana dari kegiatan pengembangan unit bisnis terpadu yang didirikan oleh Departemen Kelautan dan Perikanan. Tujuannya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan, pembudidaya ikan dan masyarakat perikanan (Departemen Kelautan dan Perikanan, 2004).

Menurut Santoso (1993), kelompok usaha bersama adalah suatu kelompok yang terbentuk dari beberapa orang anggota masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan usaha dan kesejahteraan. Dalam kelompok usaha ini dapat meningkatkan usaha anggotanya atau usaha bersama dari kelompok tersebut.

Keanggotaannya adalah orang bukan modal. Kedudukan anggota dalam kelompok adalah sama. Tidak bergantung jumlah modal yang disimpan.

Tujuan KUB adalah meningkatkan kesejahteraan anggota, dengan cara antara lain memberikan :

1. pelayanan keuangan
2. pelayanan bahan baku
3. pelayanan pengadaan alat produksi
4. pelayanan proses produksi melalui fasilitas bersama
5. pelayanan penjualan
6. pelayanan latihan teknis dan manajemen

Kelompok Usaha Bersama yang selanjutnya disebut KUB adalah badan usaha non badan hukum yang berupa kelompok yang dibentuk oleh nelayan berdasarkan hasil kesepakatan atau musyawarah seluruh anggota yang dilandasi oleh keinginan

bersama untuk berusaha bersama dan dipertanggungjawabkan secara bersama guna meningkatkan pendapatan anggota (www.pnpm-mandiri.org).

KUB Bina Sejahtera merupakan kelompok usaha yang terbentuk pada tahun 2008 kemudian diresmikan oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Bandar Lampung berdasarkan surat keputusan nomor 523/01/SPI-58/P2HP/2010 tanggal 27 Desember 2010. Kelompok usaha ini mengolah hasil perikanan menjadi berbagai produk setengah jadi, contohnya bakso, otak-otak, ekado, lumpia ikan serta piletan. Semakin banyaknya masyarakat yang bergabung dalam KUB ini membuat KUB I berkembang menjadi KUB II dan KUB III. KUB II diresmikan berdasarkan surat keputusan nomor 523/76/SP/IV.35/2011 tanggal 6 april 2011 dan KUB III diresmikan berdasarkan surat keputusan nomor 523/77/SP/IV-35/2011 tanggal 6 april 2011. KUB Bina Sejahtera di ketuai Ibu Susanti namun karena sudah berkembang KUB II dan KUB III dipimpin oleh H.Jauri dan Ibu Samrah. KUB Bina Sejahtera beralamat Jalan Ikan Bawal nomor 3/60 Kelurahan Kangkung, Gudang Lelang, Kecamatan Bumi Waras Kota Bandar Lampung. KUB ini bekerjasama dengan beberapa nelayan dan berlangganan di Pusat Penjualan Ikan (PPI) dalam pengadaan bahan baku. Waktu ketersediaan bahan baku yang berbeda-beda untuk setiap KUB menghasilkan jumlah produksi dan keuntungan yang berbeda-beda pula. Sehingga, dalam pembagian keuntungan untuk masing-masing KUB I, II dan III berbeda-beda tidak bercampur satu sama lain. Sampai saat ini hanya produk pada KUB Bina Sejahtera I yang sudah memiliki sertifikasi halal, sedangkan produk pada KUB Bina Sejahtera II belum memiliki merek dan sertifikasi halal.

4. Pengendalian Persediaan

Menurut Assauri (1998), bahan baku adalah barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang mana dapat diperoleh dari sumber-sumber alam ataupun dibeli dari supplier atau perusahaan yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan pabrik yang menggunakannya. Analisis terhadap aktivitas pengadaan bahan baku harus dilakukan sebelum memulai investasi pada usaha agroindustri. Sistem pengendalian persediaan atau *Inventory Control* dalam perusahaan *retail* di Indonesia diartikan sebagai manajemen persediaan.

Menurut Rangkuti (2004), persediaan adalah unsur yang paling aktif dalam operasi perusahaan yang secara terus menerus diperoleh, diubah, yang kemudian dijual kembali. Persediaan yang diadakan mulai dari bahan baku sampai barang jadi yang berguna untuk :

- a. Menghilangkan risiko keterlambatan datangnya barang
- b. Menghilangkan risiko barang yang rusak
- c. Mempertahankan stabilitas operasi perusahaan
- d. Mencapai penggunaan mesin yang optimal
- e. Memberi pelayanan yang sebaik-baiknya bagi konsumen

Menurut Herjanto (1999), persediaan merupakan salah satu aset penting dalam perusahaan karena mempunyai nilai yang cukup besar dan mempunyai pengaruh terhadap besar kecil biaya operasi perencanaan dan pengendalian persediaan merupakan suatu kegiatan penting yang mendapat perhatian khusus dari manajer perusahaan. Persediaan adalah bahan atau barang yang disimpan yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu, misalnya untuk proses produksi atau

perakitan, untuk dijual kembali dan untuk suku cadang dari suatu peralatan atau mesin. Persediaan dapat berupa bahan mentah, bahan pembantu, bahan dalam proses, barang jadi ataupun suku cadang.

Pengendalian persediaan adalah serangkaian kebijakan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga, kapan pesanan untuk menambah persediaan harus dilakukan dan berapa besar pesanan harus diadakan. Sistem ini menentukan dan menjamin tersedianya persediaan yang tepat dalam kuantitas dan waktu yang tepat. Mengendalikan persediaan untuk mengontrol apabila ada jumlah persediaan yang terlalu besar mengakibatkan timbulnya dana menganggur yang besar karena tertanam dalam persediaan, meningkatnya biaya penyimpanan dan risiko kerusakan barang yang lebih besar. Namun jika persediaan terlalu sedikit mengakibatkan risiko terjadinya kekurangan persediaan (*stockout*) karena seringkali barang tidak dapat didatangkan secara mendadak, sebesar yang dibutuhkan dan menyebabkan terhenti proses produksi (Herjanto, 2009).

Dalam pelaksanaan pengadaan bahan baku perlu dilakukan pengawasan, karena pembelian menyangkut investasi dana dalam persediaan. Menurut Handoko (1984), jumlah pesanan ekonomis atau EOQ adalah kuantitas yang dapat diperoleh dengan biaya yang minimal atau sering dikatakan sebagai pembelian yang optimal. Penentuan jumlah pembelian yang optimal ini, perusahaan hanya dapat memperhatikan biaya variabel dari penyediaan tersebut.

Menurut Ma'arif (2003), persediaan adalah aktiva dari suatu perusahaan dalam bentuk mentah (bahan baku), bentuk sedang diproses dan persediaan bentuk

barang jadi. Faktor-faktor yang mempengaruhi persediaan bahan baku adalah sebagai berikut :

- a. Perkiraan pemakaian
- b. Harga bahan baku
- c. Biaya-biaya dari persediaan
- d. Kebijakan pembelanjaan
- e. Pemakaian senyatanya
- f. Waktu tunggu

5. Nilai Tambah

Tunggadewi (2009) dalam Masesah (2013) menyatakan bahwa dalam mengamati kinerja suatu industri dapat melalui nilai tambah (*added value*), produktivitas dan efisiensi. Nilai tambah merupakan selisih antara nilai input dan nilai output.

Nilai input terdiri atas biaya bahan baku, biaya bahan bakar, jasa, industri, biaya sewa, gedung, mesin dan alat-alat, serta jasa industri. Sementara itu, nilai output merupakan nilai barang yang dihasilkan. Industri rumah tangga bertujuan untuk menambah nilai suatu komoditas melalui perlakuan-perlakuan yang dapat menambah kegunaan komoditas tersebut, baik kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*), maupun kegunaan waktu (*time utility*).

Salah satu indikator untuk menilai keberhasilan pengembangan sistem agibisnis adalah dengan menggunakan analisis nilai tambah. Nilai tambah adalah penambahan nilai suatu komoditas karena telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan, dan penyimpanan dalam suatu proses produksi. Nilai tambah dapat didefinisikan sebagai pertambahan nilai suatu komoditi karena adanya input

fungsional yang diberlakukan pada komoditi yang bersangkutan. Kegunaan dari menganalisis nilai tambah adalah untuk mengetahui :

- a. Besar nilai tambah yang terjadi akibat perlakuan tertentu yang diberikan pada komoditas pertanian.
- b. Distribusi imbalan yang diterima pemilik dan tenaga kerja.
- c. Besarnya kesempatan kerja yang diciptakan dari kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.
- d. Besarnya peluang serta potensi yang dapat diperoleh dari suatu sistem komoditas di suatu wilayah tertentu dari penerapan teknologi pada satu atau beberapa subsistem di dalam agribisnis.

Menurut Hayami (1987) definisi dari nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena adanya input fungsional yang diberlakukan pada komoditi yang bersangkutan. Input fungsional tersebut berupa proses pengubahan bentuk (*form utility*), pemindahan tempat (*place utility*), maupun proses penyimpanan (*time utility*). Pemilik faktor produksi dapat menaksir besarnya balas jasa yang diterima dari besaran nilai tambah yang telah dihasilkan dalam proses perlakuan tersebut.

Analisis nilai tambah metode Hayami memperkirakan perubahan nilai bahan baku setelah mendapat berbagai perlakuan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa nilai tambah merupakan imbalan bagi tenaga kerja dan keuntungan bagi pengolah.

Analisis nilai tambah metode Hayami mempunyai kelebihan dapat menggambarkan :

- a. Produktivitas produksi
- b. Balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi diestimasi.

Konsep pendukung dalam analisis nilai tambah metode Hayami pada subsistem pengolahan adalah :

1. Faktor konversi, yang menunjukkan banyaknya output yang dapat dihasilkan dari satu satuan input;
2. Koefisien tenaga kerja yang diperlukan untuk mengolah satu satuan input;
3. Nilai keluaran, menunjukkan nilai output yang dihasilkan dari satu satuan masukan.

Konsep nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi. Arus peningkatan nilai tambah berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir yang terjadi di setiap mata rantai pasok dari hulu ke hilir. Nilai tambah yang diperoleh setiap anggota akan berbeda-beda tergantung dari input dan perlakuan oleh setiap anggota rantai pasok tersebut. Nilai tambah secara kuantitatif dihitung dari peningkatan produktivitas, sedangkan nilai tambah secara kualitatif adalah nilai tambah dari meningkatnya kesempatan kerja, pengetahuan dan ketrampilan sumberdaya manusia.

Nilai tambah di sektor hulu dapat dilakukan dengan penyediaan bahan baku yang berkualitas dan berkesinambungan yang melibatkan petani, penyedia sarana prasaran pertanian dan penyedia teknologi. Sedangkan, disektor hilir melibatkan industri. Komoditas pertanian yang bersifat *perishable* (mudah rusak) memerlukan penanganan yang tepat sehingga produk tersebut siap dikonsumsi oleh konsumen. Nilai tambah sektor retail adalah keuntungan yang didapat oleh retailer dalam menjual produknya yang sudah mengalami pengolahan, nilai

tambah yang diperoleh antara lain produk yang dijual dalam bentuk eceran, kontinuitas persediaan barang, jaminan mutu barang dan pelayanan terhadap konsumen (Marimin dan Maghfiroh, 2010).

6. Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur terpenting dalam penyampaian laporan keuangan. Dalam melakukan kegiatan usaha tujuan akhir yang ingin dicapai adalah mendapatkan keuntungan. Untuk memperoleh pendapatan maksimum dari usaha tersebut para pengelola harus melakukan usaha untuk memadukan faktor produksi yang ada seperti produksi, tenaga kerja, modal dan ketrampilan manajemen sehingga kegiatan usaha dapat berjalan baik. Dalam kegiatan usahatani, petani berharap dapat meningkatkan pendapatannya sehingga kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi. Harga dan produktivitas merupakan sumber dari faktor ketidakpastian, sehingga bila harga dan produksi berubah maka pendapatan yang diterima petani juga berubah.

Pendapatan usahatani dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan rumah tangga dan pendapatan usahatani. Pendapatan merupakan pengurangan dari penerimaan dan biaya total. Pendapatan rumah tangga merupakan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usahatani ditambah dengan pendapatan yang berasal dari luar kegiatan usahatani. Pendapatan usahatani adalah selisih antara pendapatan kotor (output) dan biaya produksi (input) yang dihitung dalam per bulan, per tahun, per musim tanam (Soekartawi, 1987).

Menurut Suratiyah (2008) dalam pendapatan usaha tani ada dua unsur yang digunakan yaitu unsur penerimaan dan pengeluaran dari usahatani tersebut.

Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produk total dengan satuan harga jual, sedangkan pengeluaran atau biaya yang dimaksudkan sebagai nilai pengeluaran sarana produksi dan lain-lain yang dikeluarkan pada proses produksi tersebut.

Penerimaan adalah seluruh pendapatan yang diperoleh dari usahatani selama satu periode diperhitungkan dari hasil penjualan atau penaksiran kembali (Rp).

Menurut Soekartawi (1995), selisih antara penerimaan tunai usahatani dan pengeluaran tunai usahatani disebut pendapatan, dan merupakan ukuran kemampuan usahatani untuk menghasilkan uang tunai. Tujuan analisis pendapatan adalah menggambarkan tingkat keberhasilan suatu kegiatan usaha dan keadaan yang akan datang melalui perencanaan yang dibuat. Tingkat pendapatan rumah tangga merupakan indikator yang penting untuk mengetahui tingkat hidup rumah tangga. Umumnya pendapatan rumah tangga di pedesaan tidak berasal dari satu sumber, tetapi berasal dari dua atau lebih sumber pendapatan. Tingkat pendapatan dipengaruhi oleh pemenuhan kebutuhan dasar rumah tangga pengrajin.

Penerimaan usahatani adalah nilai produk total usahatani dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan pengeluaran usahatani adalah nilai semua input yang habis terpakai dalam proses produksi, tetapi tidak termasuk biaya tenaga kerja dalam keluarga. Secara umum, pengeluaran usaha tani meliputi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variabel cost*). Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam usahatani dan besarnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi

yang dihasilkan. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan yang besarnya sangat dipengaruhi oleh produksi yang dihasilkan.

7. Konsep Strategi Pengembangan

Menurut Porter (1998), rantai nilai menampilkan nilai keseluruhan dan terdiri dari aktivitas nilai dan margin. Aktivitas nilai merupakan aktivitas nyata secara fisik dan teknologi yang dilakukan perusahaan yaitu dengan membangun blok dimana perusahaan menciptakan sebuah produk yang berharga bagi pembelinya. Saluran pemasok dan rantai nilai juga mencakup margin yang penting untuk dipisahkan dalam memahami sumber posisi biaya perusahaan, karena saluran pemasok dan margin merupakan bagian dari total biaya yang ditanggung pembeli. Rantai nilai (*value chain*) adalah pola yang digunakan perusahaan untuk memahami posisi biayanya dan untuk mengidentifikasi cara-cara yang dapat digunakan untuk memfasilitasi implementasi dari strategi tingkat-bisnisnya. Rantai nilai menunjukkan bagaimana sebuah produk bergerak dari tahap bahan baku ke pelanggan akhir. Rantai nilai menggambarkan berbagai kegiatan yang diperlukan untuk membawa produk atau jasa dari konsepsi, melalui berbagai tahapan produksi (melibatkan kombinasi transformasi fisik dan masukan dari berbagai produsen jasa), pengiriman pada konsumen akhir, dan pembuangan akhir setelah digunakan. Analisis rantai nilai memperlihatkan organisasi sebagai sebuah proses yang berkelanjutan dalam kegiatan penciptaan nilai. Analisis dilakukan dengan cara mempelajari potensi penciptaan nilai.

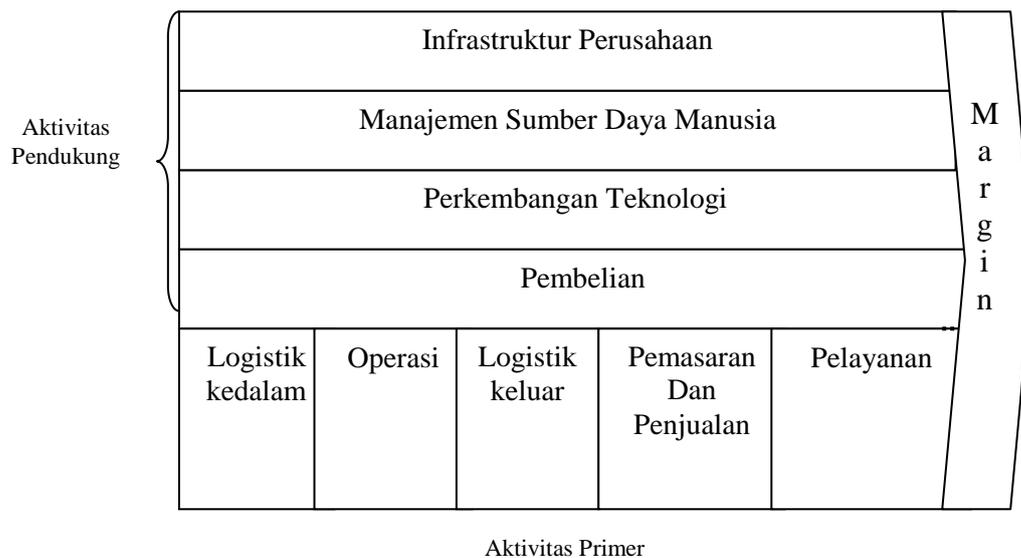
Rantai nilai membagi aktivitas-aktivitas kedalam dua kategori. Pertama adalah aktivitas primer (*primary activities*). Aktivitas primer yaitu aktivitas yang

berkaitan dengan penciptaan fisik produk, penjualan dan distribusinya ke para pembeli, dan layanan setelah penjualan yang terdiri dari :

- a. Logistik ke dalam (*Inbound Logistics*), dihubungkan dengan menerima, menyimpan, dan menyebarkan input-input ke produk. Termasuk di dalamnya penanganan bahan baku, gudang dan kontrol persediaan.
- b. Operasi (*Operations*), segala aktivitas yang diperlukan untuk mengkonversi input-input yang disediakan oleh logistik masuk ke bentuk produk akhir. Termasuk di dalamnya permesinan, pengemasan, perakitan, dan pemeliharaan peralatan.
- c. Logistik ke luar (*Outbound Logistik*), aktivitas-aktivitas yang melibatkan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian secara fisik produk final kepada para pelanggan. Meliputi penyimpanan barang jadi di gudang, penanganan bahan baku, dan pemrosesan pesanan.
- d. Pemasaran dan penjualan (*Marketing and Sales*), aktivitas-aktivitas yang diselesaikan untuk menyediakan sarana yang melaluinya para pelanggan dapat membeli produk dan mempengaruhi mereka untuk melakukannya. Untuk secara efektif memasarkan dan menjual produk, perusahaan mengembangkan iklan-iklan dan kampanye professional, memilih jaringan distribusi yang tepat, dan memilih, mengembangkan, dan mendukung tenaga penjualan mereka.
- e. Pelayanan (*Service*), aktivitas-aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan atau memelihara nilai produk. Perusahaan terlibat dalam sejumlah aktivitas yang berkaitan dengan jasa, termasuk instalasi, perbaikan, pelatihan, dan penyesuaian.

Kedua adalah aktivitas pendukung yaitu aktivitas yang menyediakan dukungan yang diperlukan bagi berlangsungnya aktivitas primer yang terdiri dari :

- a. Pembelian atau pengadaan (*Procurement*), aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk membeli input-input yang diperlukan untuk memproduksi produk perusahaan. Input-input pembelian meliputi item-item yang semuanya dikonsumsi selama proses manufaktur produk.
- b. Pengembangan teknologi (*Technology development*), aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk memperbaiki produk dan proses yang digunakan perusahaan untuk memproduksinya. Pengembangan teknologi dapat dilakukan dalam bermacam-macam bentuk, misalnya peralatan proses, desain riset, dan pengembangan dasar, dan prosedur pemberian servis.
- c. Manajemen sumber daya manusia (*Human resources management*), aktivitas-aktivitas yang melibatkan perekrutan, pelatihan, pengembangan, dan pemberian kompensasi kepada semua personel.
- d. Infrastruktur perusahaan (*Firm infrastructure*) atau administrasi umum (*General administration*), infrastruktur perusahaan meliputi aktivitas-aktivitas seperti general management, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, dan relasi pemerintah, yang diperlukan untuk mendukung kerja seluruh rantai nilai melalui infrastruktur ini, perusahaan berusaha dengan efektif dan konsisten mengidentifikasi peluang-peluang dan ancaman-ancaman, mengidentifikasi sumber daya dan kapabilitas, dan mendukung kompetensi inti. Rantai nilai dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Rantai nilai

Rantai nilai memberikan cara sistematis untuk membagi suatu perusahaan ke dalam berbagai aktivitas yang berbeda sehingga dapat digunakan untuk menelaah bagaimana cara pengelompokan berbagai aktivitas dalam perusahaan. Dengan menggunakan analisis rantai ini perusahaan bisa mendeteksi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah (*non value added*) sehingga bisa dihilangkan. Strategi keunggulan bersaing menurut Porter adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Studi yang dilakukan Porter selanjutnya menetapkan strategi generik yang diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu *cost leadership*, *diferensiasi*, and *focus*. Pilihan tiap-tiap perusahaan terhadap strategi generik akan bergantung kepada analisis lingkungan usaha untuk menentukan peluang dan ancaman (Porter, 1998).

Manajemen strategis didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategis menekankan pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Manajemen strategis bertujuan untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda pada masa mendatang, perencanaan jangka panjang, sebaliknya mencoba untuk mengoptimalkan kecenderungan sekarang untuk masa datang (David dalam Yusa, 2011).

Menurut Hunger dan Wheelen (2003) konsep dalam manajemen strategi adalah menerapkan konsep dengan jangka panjang yang dijadikan teknik untuk saling berhubungan, manajemen strategis telah berhasil dikembangkan dan digunakan untuk bisnis perusahaan. Manajemen strategis tidak selalu membutuhkan proses formal untuk menjadi efektif. Penelitian-penelitian mengenai praktik-praktik perencanaan dari organisasi-organisasi nyata, menunjukkan bahwa nilai riil suatu perencanaan strategis harus lebih mengarah ke orientasi pada masa depan dari proses perencanaan itu sendiri dibandingkan hasil perencanaan-perencanaan strategi tertulis.

Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian. Oleh karena itu manajemen strategis menekankan pada

pengamatan dan evaluasi kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) lingkungan dipandang dari sudut kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

Proses manajemen strategis meliputi 4 elemen dasar :

- a. Pengamatan lingkungan
- b. Perumusan strategi
- c. Implementasi strategi
- d. Evaluasi dan pengendalian

Variabel-variabel internal dan eksternal yang paling penting untuk perusahaan di masa yang akan datang disebut faktor strategis dan diidentifikasi melalui analisis SWOT.

Menurut Porter (2000), kekuatan-kekuatan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggan dan memperoleh keuntungan.

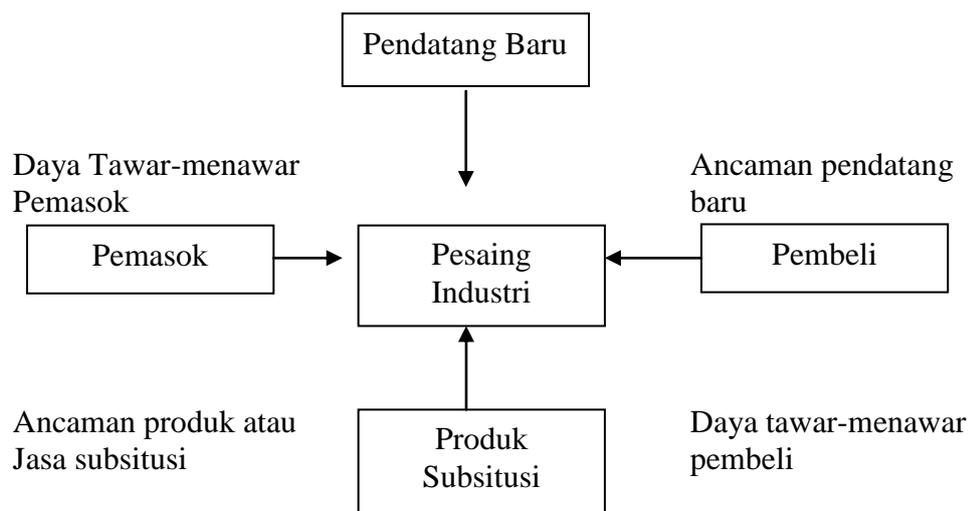
Perubahan dalam salah satu kekuatan mengharuskan perusahaan untuk menilai ulang pasarannya. Kondisi bisnis perusahaan menurut Harvard Michael E. Porter yang menjelaskan bahwa sifat dan derajat persaingan dalam suatu industri bergantung pada lima faktor atau kekuatan. Dalam *five forces model* digambarkan bahwa dalam bersaing dengan pesaing potensial beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu mereka yang akan masuk, para pemasok atau supplier, para pembeli atau konsumen, dan produsen produk-produk pengganti. Terdapat lima kekuatan yg menentukan karakteristik suatu industri, yaitu :

- a. intensitas persaingan antar pemain yg ada saat ini,
- b. ancaman masuk pendatang baru,
- c. kekuatan tawar menawar pemasok,

- d. kekuatan tawar pembeli, dan
- e. ancaman produk pengganti.

Seluruh kekuatan bersaing menurut Porter dapat dikategorikan sebagai faktor eksternal. Definisi dari faktor eksternal perusahaan itu sendiri adalah lingkungan bisnis yang melengkapi operasi perusahaan yang memunculkan peluang dan ancaman. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, yang membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi ini hidup. Elemen-elemen dari faktor eksternal tersebut adalah pemegang saham, pemerintah, pemasok, komunitas lokal, pesaing, pelanggan, kreditur, serikat buruh, kelompok kepentingan khusus, dan asosiasi perdagangan. Lingkungan kerja perusahaan umumnya adalah industri dimana perusahaan dioperasikan.

Lingkungan bisnis makro atau lingkungan sosial terdiri dari kekuatan umum yang tidak berhubungan langsung dengan aktivitas-aktivitas jangka pendek organisasi tetapi dapat dan sering mempengaruhi keputusan-keputusan jangka panjang. Perusahaan-perusahaan besar membagi lingkungan sosial dalam satu wilayah geografis menjadi empat kategori, terdiri dari faktor ekonomi, sosiokultural, teknologi dan politik-hukum dalam hubungannya dengan lingkungan perusahaan secara keseluruhan. Analisis faktor eksternal adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Ancaman adalah suatu kondisi dalam lingkungan umum yang dapat menghambat usaha-usaha perusahaan untuk mencapai daya saing strategis. Sedangkan peluang adalah kondisi dalam lingkungan umum yang dapat membantu perusahaan mencapai daya saing strategis. Lima faktor kekuatan Porter dapat dilihat dalam Gambar 3.



Gambar 3. Lima faktor kekuatan Porter

Kekuatan pertama yang menjadi fokus para pemasar adalah masalah intensitas rivalitas atau persaingan antar pemain dalam industri. Intensitas persaingan dipengaruhi banyak faktor, misalnya struktur biaya produk apabila semakin besar porsi biaya tetap dalam struktur biaya, maka semakin tinggi intensitas persaingan. Hal ini disebabkan, setiap penjual memiliki tingkat break even point yang tinggi sehingga pada umumnya harus menjual produk dalam jumlah yang besar, dan bila perlu dilakukan penurunan atau kenaikan harga secara drastis agar bisa mencapai tingkat break even tersebut.

Kedua, ancaman masuk dari pendatang baru, kekuatan ini biasanya dipengaruhi oleh besar kecilnya hambatan masuk ke dalam industri. Hambatan masuk kedalam industri contohnya antara lain: besarnya biaya investasi yang dibutuhkan, perizinan, akses terhadap bahan mentah, akses terhadap saluran distribusi, ekuitas merek. Biasanya semakin tinggi hambatan masuk, semakin rendah ancaman yg masuk dari pendatang baru.

Ketiga, kekuatan tawar pemasok atau *supplier*. Apabila sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya.

Keempat yaitu kekuatan tawar pembeli, dimana dapat dilihat bahwa semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisi pembeli semakin kuat. Kelima, adalah mengenai produk –produk substitusi, seberapa banyak produk substitusi di pasar.

Ketersediaan produk substitusi yg banyak akan membatasi keleluasaan pedagang dalam industri untuk menentukan harga jual produk (Porter, 2000). Analisis lima kekuatan Michael Porter ini biasanya dilakukan dengan kombinasi dengan analisis SWOT.

a. Analisis SWOT

Dalam mengidentifikasi strategi pengembangan dari suatu kelompok usaha terdapat berbagai faktor yang disusun sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis yang menggunakan logika untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal.

Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan agribisnis. Untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu atau harus dijalankan. Dengan cara mengelompokkan masing-masing problem unsur SWOT ke dalam tabel (Kuncoro, 2006).

Menurut Daft (2002) analisis SWOT meliputi *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Analisis ini penting

bagi seluruh perusahaan karena mampu mempertimbangkan posisi perusahaan berdasarkan lingkungan tempat mereka beroperasi. Perusahaan dapat mengamati lingkungan eksternal dan internal organisasi dan mengidentifikasi berbagai faktor strategis yang mungkin mensyaratkan dilakukannya perubahan. Keadaan-keadaan internal maupun eksternal dapat mengindikasikan adanya kebutuhan dari misi atau tujuan sehingga dapat diformulasikan strategi yang cocok bagi perusahaan tersebut.

Analisis ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu :

1. *Strength* (S), adalah karakteristik positif internal yang dapat dieksploitasi organisasi untuk meraih sasaran kinerja strategis.
2. *Weakness* (W), adalah karakteristik internal yang dapat menghalangi atau melemahkan kinerja organisasi.
3. *Opportunity* (O), adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu organisasi meraih atau melampaui sasaran strateginya.
4. *Threat* (T), adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang dapat mencegah organisasi meraih sasaran strategis yang ditetapkan. Dalam perencanaan analisis SWOT.

b. Faktor Eksternal dan Faktor Internal

Untuk menganalisis SWOT perlu mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang mendukung atau menghambat dalam pencapaian tujuan organisasi. Analisis lingkungan internal merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh KUB

Bina Sejahtera. Aspek lingkungan internal yang akan dikaji meliputi, sumber daya manusia, pemasaran, produksi, manajemen dan keuangan serta lokasi usaha. Sedangkan aspek lingkungan eksternal terdiri dari teknologi, pasar, pesaing, keadaan alam dan ekonomi, sosial dan budaya.

1. Lingkungan Internal

a. Sumber Daya Manusia

Sumberdaya manusia (pekerja) merupakan komponen penting dalam suatu agroindustri. Dalam kegiatan usaha pengolahan ikan harus memiliki karyawan yang mempunyai loyalitas serta profesional dalam bekerja. Seluruh tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar lokasi pengolahan, hal yang mendorong mengajak masyarakat sekitar untuk bergabung karena keprihatinan terhadap masyarakat yang kurang memanfaatkan sumberdaya lokal. Sumberdaya manusia dalam KUB Bina Sejahtera terdiri dari sebagian besar ibu rumah tangga. Jumlah anggota dari KUB I sebesar lima (5) orang, KUB II sebesar sebelas (11) orang dan KUB III sebesar delapan belas (18) orang.

b. Lokasi Usaha

Letak lokasi usaha yang strategis dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan kebutuhannya. Lokasi industri pengolahan yang berada dekat dengan sumber tersedianya bahan baku sehingga memberikan kemudahan untuk memperoleh bahan baku secara cepat. Namun tingkat persaingan usaha cukup tinggi, karena banyak pengusaha pula yang menawarkan produk hasil olahan ikan di lokasi tersebut.

c. Pemasaran

Pemasaran merupakan proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa. Aspek pemasaran dikaji melalui pendekatan bauran pemasaran yang meliputi analisis terhadap produk, harga, distribusi dan promosi. Lokasi pengolahan yang dekat dengan pasar dapat memberikan kemudahan pengolah dalam memasarkan produk dimana tempat tersebut selalu ramai dikunjungi masyarakat

d. Produksi

Proses pengolahan ikan dipengaruhi faktor-faktor yang dapat mendukung bahkan dapat menghambat dari perkembangan usaha tersebut seperti jenis produk dan kualitas produk. Faktor pendukung tersebut antara lain pengadaan bahan baku yang mudah didapatkan seperti bahan baku dan bahan pendukung lainnya yang berada disekitar lokasi pengolahan. Serta ke higienisan yang diutamakan saat proses pengolahan.

e. Manajemen dan Keuangan

Aspek manajemen yang dikaji meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan staf, pemberian motivasi dan pengendalian. (1) Perencanaan yang tersusun jelas dan tertulis, baik untuk perencanaan jangka pendek maupun jangka menengah dapat mendukung keberhasilan dari usaha tersebut.

(2) Pengorganisasian, pada dasarnya dalam menjalankan suatu kegiatan usaha harus memiliki bidang-bidang yang benar-benar fokus menangani usaha.

Pembagian kerja pada kelompok usaha pengolahan yang sudah terorganisasi dengan baik akan memperlancar kegiatan produksi. (3) Pengelolaan karyawan, melibatkan masyarakat disekitar lokasi usaha dapat mengurangi tingkat

pengangguran dan memberi motivasi untuk berpikir lebih maju. (4) Pengendalian tidak hanya terbatas pada bidang produksi saja, namun dalam hal pengadaan bahan baku dan pengolahan. Pengendalian pengadaan bahan baku penting dilakukan karena terkait langsung dengan proses pengolahan, sehingga keberlanjutan pembuatan produk olahan tetap terjaga. Pengendalian terhadap pengolahan produk sangat penting dilakukan untuk menjaga kualitas atau mutu dari produk yang dihasilkan. Untuk mencapai tujuan dari industri pengolahan ikan harus didukung dengan adanya pendanaan dan pencatatan keuangan yang terencana. Pencatatan keuangan sebaiknya dilakukan sesuai standar. Hal ini bertujuan untuk mempermudah seluruh anggota

2. Lingkungan Eksternal

a. Teknologi

Dalam dunia sekarang, perkembangan teknologi semakin maju. Kemajuan teknologi dapat meningkatkan produktivitas dari suatu usaha termasuk industri pengolahan ikan. Perubahan teknologi yang terjadi perlu mendapatkan perhatian khusus dari pelaku usaha, agar perubahan teknologi tersebut berdampak positif terhadap kegiatan agroindustri yang dilakukan. Dengan menerapkan teknologi dalam suatu usaha dapat meningkatkan efisiensi dari proses produksi itu sendiri. Pada KUB Bina Sejahtera telah mendapatkan beberapa bantuan sehingga membantu pada proses produksi.

b. Pesaing

Perkembangan agroindustri pengolahan ikan semakin meningkat. Banyaknya pesaing baru yang menawarkan harga produk lebih rendah namun memiliki kualitas yang sama dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan industri

pengolahan ikan. Lokasi KUB Bina Sejahtera yang berada didekat pasar serta banyak pedagang yang menjual makanan sejenis dapat menjadi pesaing.

c. Pasar

Kualitas produk yang semakin baik akan meningkatkan harga jual dari produk tersebut. Sehingga industri pengolahan ikan dapat menguasai pasar lokal, nasional maupun internasional. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh KUB Bina Sejahtera menyebabkan sulit untuk menguasai pasar.

d. Keadaan Alam

Kondisi alam yang tidak pernah menentu dapat menentukan ketersediaan bahan baku itu sendiri. Penurunan hasil tangkapan ikan terjadi apabila cuaca yang terjadi sedang ekstrim

e. Ekonomi, Sosial dan Budaya

Tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat yang kurang stabil dapat mempengaruhi permintaan produksi industri pengolahan ikan dipasaran mengingat produk hasil pengolahan ikan tergolong produk bukan makanan utama untuk dikonsumsi serta keadaan ekonomi masyarakat di sekitar industri pengolahan akan berdampak pada perkembangan usaha industri pengolahan.

c. Matriks IFAS dan EFAS

Analisis secara deskriptif dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS, EFAS. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kondisi perusahaan dalam menghadapi lingkungan internal dan eksternalnya serta mengkaitkannya dengan kondisi lingkungan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5 . Matriks *internal factors analysis summary*

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	B x R
A. Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
B. Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total	A + B		A + B

Sumber : Rangkuti, 2005

Tabel 6. Matriks *eksternal factors analysis summary*

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	B x R
A. Peluang			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
B. Ancaman			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
Total	A + B		A + B

Sumber : Rangkuti, 2005

d. Matriks SWOT

Dalam menyusun faktor-faktor strategi perusahaan serta berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan maka dapat diformulasikan alternatif strategi yang dapat dilaksanakan. Formulasi alternatif strategi dilakukan

dengan menggunakan matriks SWOT yaitu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam perusahaan tersebut. Berikut dijelaskan dalam Tabel 7 Matriks SWOT

Tabel 7. Matriks SWOT

	Strength (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi (SO) Dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga tercipta strategi baru	Strategi WO Dengan meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada sehingga tercipta strategi baru
Threats (T)	Strategi ST Dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman yang ada sehingga tercipta strategi baru	Strategi WT Dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang ada sehingga tercipta strategi baru

Berdasarkan matriks tersebut dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis sebagai berikut :

a. Strategi SO

Strategi ini terbentuk berdasarkan jalan pikiran perusahaan tersebut, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Dalam strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Menerapkan strategi ini berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Menerapkan strategi ini erdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Kemungkinan strategis perusahaan berdasarkan pertimbangan kombinasi empat set faktor strategis yaitu SO, ST, WO dan WT. Jumlah masing - masing sejumlah perkalian faktor pembentuknya. Misalnya dalam sel S terdiri dari lima (5) faktor dan sel O terdiri dari lima (5) faktor. Dari total persilangan S1O1, S1O2, S1O3 hingga S5O5, maka sel SO akan memuat dua puluh lima (25) alternatif strategi. Hal ini diterapkan pula dalam sel WO, ST, dan WT, sehingga, total seluruh sel terbentuk seratus (100) strategi alternatif. Strategi alternatif yang telah terbentuk dipilih untuk mendapatkan strategi prioritas yang akan diterapkan dalam perusahaan tersebut.

8. Kajian Penelitian Terdahulu

a. Penelitian Terdahulu Agribisnis Perikanan

Tulak (2013) mengenai pengembangan strategi industri pengolahan ikan PT. Palu Jaya Utama Kecamatan Palu Utara Kota Palu Sulawesi Tengah. Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Tahap analisisnya menggunakan IFAS dan EFAS. Dari hasil penelitian tersebut melalui wawancara terhadap responden industri PT. Palu Jaya Utama bahwa saat ini industri baru memiliki produk unggulan yang berupa ikan *loin* dan *non loin* yang dibekukan kemudian dipasarkan ke Jakarta dan Bali. Produk ini terdiri dari beberapa jenis ikan yaitu, ikan tuna, cakalang, deho, ruma-ruma, lajang, katombo,

dan bandeng. Dari hasil produksi perusahaan dipasarkan ke Jakarta dan Bali untuk memenuhi permintaan konsumen. Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa industri pengolahan ikan PT. Palu Jaya Utama berada pada kwadran pertama (agresif), maka perusahaan dapat menggunakan strategi SO, dimana perusahaan dapat memaksimalkan kekuatannya yaitu besarnya produksi, tenaga kerja ahli, produk unggulan, armada penangkapan ikan, dan lokasi yang strategis untuk memanfaatkan berbagai peluangnya yaitu ketersediaan pasar, sumber daya manusia, dukungan pemerintah, teknologi, dan sumber daya ikan untuk meningkatkan produk dan memperluas pemasaran melalui program pemerintah.

Elisabeth (2004) mengenai analisis pengendalian persediaan bahan baku ikan dalam usaha kerupuk udang PT Mitra Manunggal Sidoarjo, Jawa Timur menggunakan metode penelitian dengan metode kasus pada PT 3M.

Dalam penelitian ini menganalisis data kuantitatif dengan menggunakan model persediaan jumlah pesanan ekonomis (EOQ). Hasil penelitian didapatkan sistem pengendalian bahan baku ikan di perusahaan tersebut belum optimal dan belum efisien karena masih ada selisih cukup besar anatar biaya total persediaan.

Persediaan bahan baku ikan yang optimal diperoleh dengan perhitungan EOQ dengan nilai frekuensi pemesanan sebesar 33,83 kali dan kuantitas pemesanan sebesar 4.145,15 kg dan frekuensi sebesar 40,11 kali dengan kuantitas 3.569,63 kg di tahun berikutnya.

Utama (2011) mengenai analisis pendapatan usaha pengolahan fillet ikan studi kasus pada PT. Ojid Kharisma Nusantara menggunakan metode kualitatif dengan

melihat kegiatan usaha pengolahan fillet ikan sedangkan metode kuantitatif dengan analisis financial dengan menghitung pendapatan, Net B/C Rasio, Payback Period, dan BEP. Pendapatan usaha di perusahaan tersebut sebesar Rp 1.182.571.556, Net B/C Rasio sebesar 0,76 yang artinya usaha tersebut menguntungkan, PT. Ojid Kharisma Nusantara mengalami pengembalian modal pada 2 bulan 16 hari.

b. Penelitian Terdahulu Terkait Metodologi

Nurhandini (2011) mengenai analisis rantai pasok, nilai tambah, dan strategi peningkatan kinerja agroindustri keripik pisang di Kelurahan Segala Mider Kecamatan Tanjung Karang Barat Bandar Lampung menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT, metode *Economic Order Quantity* (EOQ) dan analisis nilai tambah. Hasil penelitian tersebut adalah proses produksi pada umumnya dilakukan 3 kali seminggu. Harga bahan baku yang diperoleh sebesar Rp 3.500 per sisir dimana harga tersebut sudah termasuk biaya pemesanan, biaya antar dan biaya penyimpanan atau pemeliharaan. Nilai tambah rata-rata pada agroindustri keripik pisang di lokasi tersebut sebesar Rp 5.668,09. Rasio nilai tambah sebesar 46,24 persen nilai tersebut menunjukkan agroindustri keripik pisang tersebut memiliki prospek yang baik untuk dilanjutkan.

Masesah (2013) mengenai analisis manajemen pengadaan bahan baku, nilai tambah dan strategi pemasaran pisang bolen di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran dan

manajemen persediaan bahan baku dengan menggunakan rumus EOQ serta analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran dan nilai tambah menggunakan rumus Hayami (1987). Hasil penelitian menyimpulkan persediaan rata-rata bahan baku pisang raja yang digunakan selama satu bulan untuk CV. Mayang Sari sebanyak 3000 per bulan sisir dan 520 sisir per bulan untuk harum sari. Hasil nilai tambah rata-rata industri pisang bolen CV. Mayang Sari sebesar Rp 37.066,00 per satu sisir buah pisang dengan nilai rasio tambah 94,13 persen dari nilai produk pisang bolen Harum sari dan nilai tambah pisang bolen Harum Sari sebesar Rp 20.381,73 per satu sisir buah pisang dengan nilai tambah 87,59 persen.

Putri (2010) tentang kajian analisis nilai tambah, kelayakan finansial dan strategi pengembangan agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa usaha agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang menguntungkan dengan nilai tambah sebesar Rp 20.734,54 per kilogram bahan baku biji kopi organik kering. Usaha agroindustri kopi bubuk organik di Desa Gunung Terang secara financial layak untuk dikembangkan dan menguntungkan. Penelitian menghasilkan tiga strategi prioritas yaitu (a) meningkatkan pengalaman pemilik agroindustri dalam usahanya untuk dapat menangkap peluang pasar yang masih terbuka lebar, (b) mengadakan perekrutan karyawan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas yang memiliki keahlian dan ketrampilan, sehingga dapat meningkatkan produksi kopi bubuk organik yang berdaya saing dalam upaya menembus pangsa pasar internasional, (c) menjaga

produk kopi bubuk organik supaya tetap baik bagi kesehatan tubuh untuk menangkap peluang pasar dalam dan luar negeri yang masih terbuka.

Hapsari (2008) mengenai peningkatan nilai tambah dan strategi pengembangan usaha pengolahan salak manonjaya, menggunakan analisis nilai tambah dengan menggunakan rumus Hayami, menganalisis pendapatan dan menghitung efisiensi usaha dengan menggunakan analisis R/C. Pada penelitian ini dalam menganalisis strategi pengembangan usaha pengolahan salak menggunakan alat analisis SWOT. Hasil penelitian tersebut, pengolahan salak dapat memberikan keuntungan bagi pengrajin. Nilai tambah terbesar diperoleh dari pengolahan manisan salak sebesar Rp 10.443,23/kg. Pendapatan tertinggi diperoleh dari pengolahan dodol salak sebesar Rp 326.579,16 per proses produksi.usaha pengolahan salak layak dilakukan karena mendapatkan $R/C > 1$. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama dari usaha pengolahan salak adalah produk khas yang berkualitas dan proses pengolahan mudah. Kelemahan utama dalam penelitian ini belum ada standar produk yang baku. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama adalah dukungan pemerintah daerah dan instansi terkait. Faktor ancaman utama adalah kenaikan biaya produksi akibat krisis ekonomi. Dari hasil analisis faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal didapat strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan dengan mempertahankan dan memelihara pengolahan tersebut dengan cara penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Iryanti (2010) mengenai analisis kinerja, nilai tambah dan strategi pengembangan agroindustri kecil kelanting di Desa Gantiwarno Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan

studi kasus. Dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk menghitung kinerja produksi dan nilai tambah. Metode kualitatif untuk mendeskripsikan kualitas dari agroindustri tersebut. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan ubi kayu menjadi kelanting sebesar Rp 1.061,44 per kilogram. Agroindustri kelanting berada pada kuadran I sehingga agroindustri harus mempertahankan kualitas seiring dengan pertumbuhan masyarakat yang terus meningkat.

Ngamel (2012) mengenai analisis finansial usaha budidaya rumput laut dan nilai tambah tepung karaginan di Kecamatan Kei Kecil, Kabupaten Maluku Tenggara. Dalam penelitian ini, untuk mengkaji kelayakan finansial adalah menggunakan R/C Ratio, BEP harga, BEP produk. Metode yang digunakan dalam menghitung nilai tambah menggunakan metode Hayami. Dari penelitian tersebut didapat besarnya nilai $R/C > 1$ yaitu 1,9 menunjukkan bahwa usaha tani yang dijalankan berdasarkan kriteria adalah layak dan mempunyai arti bahwa setiap biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 1000, maka akan diperoleh penerimaan sebesar Rp 1.880 serta mendapatkan nilai tambah tinggi yaitu sebesar Rp 9.362,50 per kg bahan baku atau sebesar 48,01 persen dari nilai produksi.

B. Kerangka Pemikiran

KUB adalah suatu wadah bagi para masyarakat yang ingin mengembangkan kemampuannya dan ingin meningkatkan pendapatan ekonominya. Kegiatan KUB di dukung oleh pemerintah karena dapat meningkatkan motivasi masyarakat untuk hidup lebih maju sehingga tingkat pengangguran menjadi rendah. Setiap kegiatan dapat pula meningkatkan kreativitas masyarakat agar dapat menjadi lebih inovatif

serta dapat mengembangkan potensi sumber daya alam di lingkungan sekitarnya.

KUB Bina Sejahtera menjadi tempat bagi masyarakat di sekitar Kelurahan Kangkung, Gudang Lelang untuk menjadi lebih inovatif dalam memanfaatkan bahan baku (ikan), karena daerah tersebut termasuk sebagai daerah yang memproduksi ikan sudah cukup dikenal masyarakat di wilayah Lampung.

Masyarakat kurang menyadari bahwa daerah tersebut memiliki potensi yang cukup tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Agroindustri merupakan industri pengolahan hasil pertanian untuk menghasilkan barang yang memiliki nilai tambah setelah melalui proses produksi karena telah diolah menjadi barang yang berguna dan bermanfaat. Produk yang dapat memberikan nilai tambah akan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dari kelompok usaha tersebut. Apabila menghasilkan nilai tambah tentu akan menghasilkan pendapatan tinggi yang diterima oleh anggota kelompok.

Penelitian ini diawali dengan menganalisis nilai tambah dari industri ikan, hal ini dilakukan agar para anggota dapat mengetahui seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari proses mengubah bahan baku (ikan) menjadi produk makanan.

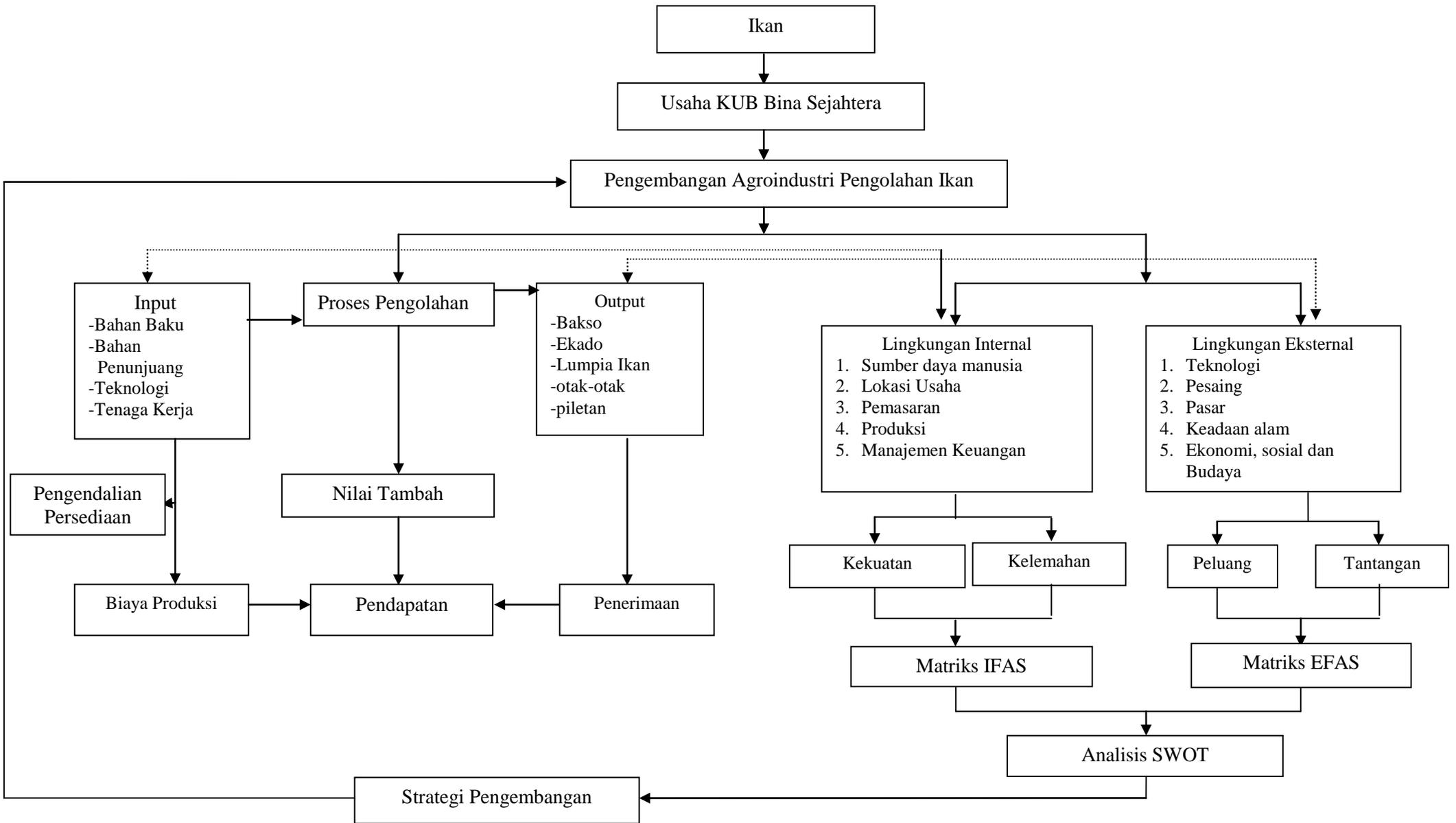
Dari analisis tersebut dapat dilakukan pula analisis pendapatan untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang mereka terima setiap kali produksi.

Ketersediaan bahan baku bergantung dari penyedia bahan baku yang bertugas menyediakan bahan baku agar proses pengolahan menjadi lebih lancar. Proses penyediaan bahan baku harus dilakukan dengan baik dalam jumlah produk, kualitas, waktu penyediaan sesuai perjanjian atau pesanan dan biaya yang telah disepakati sebelumnya. Apabila itu semua tidak berjalan dengan baik akan menghambat jalannya industri pengolahan. Sistem pengendalian persediaan ini

menentukan dan menjamin tersedianya persediaan yang tepat dalam kuantitas dan waktu yang tepat. Untuk mengetahui jumlah biaya-biaya pemesanan dan biaya penyimpanan dalam mengendalikan persediaan bahan baku diperlukan analisis *Economical Order Quantity* (EOQ). Dengan menerapkan konsep ini dapat membantu industri menentukan jumlah penggunaan bahan baku dan dapat menghindari tingkat kerugian serta dapat melakukan penghematan agar tersedianya bahan baku dapat lebih efisien.

Dalam kegiatan industri pengolahan ikan ini, dapat dilakukan analisis lingkungan eksternal dan internal. Analisis lingkungan internal meliputi sumber daya manusia, lokasi usaha, pemasaran, produksi serta manajemen dan keuangan. Faktor internal berhubungan dengan input dalam proses pengolahan seperti bahan baku, bahan penunjang, teknologi serta tenaga kerja karena masing-masing anggota dituntut untuk bisa memanfaatkan bahan-bahan yang ada seefisien mungkin serta dapat mengadopsi teknologi agar dapat meningkatkan produksi. Sedangkan analisis lingkungan eksternal meliputi aspek teknologi, pesaing, pasar, keadaan alam, dan ekonomi, sosial dan budaya. Hasil produksi yang dihasilkan berhubungan dengan teknologi yang digunakan serta keadaan alam yang mempengaruhi ketersediaan jumlah produk. Produk yang sudah siap dipasarkan tentunya akan bersaing dengan produk lainnya yang sejenis serta dapat meningkatkan preferensi seseorang mengenai makanan hasil olahan ikan yang bergizi serta tanpa bahan pengawet. Dari analisis lingkungan internal akan diperoleh kelemahan dan kekuatan sedangkan dari lingkungan eksternal diperoleh peluang dan ancaman.

Sebelum diketahui keberadaan usaha tersebut terletak pada pilihan kuadran yang tersedia dalam diagram SWOT, variabel internal dan eksternal diringkas dan dijabarkan dalam matriks *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan matriks *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS). Matriks IFAS untuk mengidentifikasi faktor internal sedangkan matriks EFAS mengidentifikasi faktor eksternal. Kemudian hasil keduanya dimasukkan ke dalam diagram SWOT. Kerangka berfikir pengendalian persediaan, nilai tambah, dan pendapatan serta strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam industri pengolahan ikan KUB Bina Sejahtera dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 4. Kerangka berpikir analisis nilai tambah, pengendalian persediaan dan pendapatan serta strategi pengembangan industri pengolahan ikan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Bina Sejahtera