

**STUDI PENGEMBANGAN PELAKU USAHA IKAN ASIN AIR TAWAR
DI KABUPATEN TULANG BAWANG**

(Tesis)

Oleh

Muhammad Abdurrokhim



**MAGISTER PENYULUHAN DAN KOMUNIKASI PERTANIAN
JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

STUDY ON THE DEVELOPMENT OF FRESHWATER SALTED FISH BUSINESS ENTREPRENEURS IN TULANG BAWANG REGENCY

By

Muhammad Abdurrokhim

This study aims to determine the procurement of raw materials for freshwater salted fish to meet the criteria principles, specifically criterion 6, for freshwater salted fish business actors. The study aims to identify the value-added magnitude in freshwater salted fish businesses, recommend specific salted fish products as flagship products for freshwater salted fish business actors, formulate production development strategies, devise marketing development strategies, and identify necessary supporting services for freshwater salted fish businesses in Tulang Bawang Regency. The research was conducted in the districts of Menggala, Menggala Timur, and Dente Teladas, Tulang Bawang Regency, with data collection taking place from December 2022 to February 2023. There were 37 respondents consisting of freshwater salted fish processors in Tulang Bawang Regency. The study utilized a census method, and the data analysis employed a quantitative descriptive approach. The findings of the research indicate that: (1) There are differences in the procurement management of raw materials between the dry and rainy seasons, particularly in terms of price accuracy. However, both seasons show accuracy in terms of quality and location. (2) There is a difference in the magnitude of added value obtained from freshwater salted fish products between the rainy and dry seasons. During the dry season, the sequence of freshwater salted fish commodities providing the largest to smallest added value is salted fish is lais, belut, seluang, baung, tembakang, gabus, Sepat Rawa, nila, and Sepat Siam. While in the rainy season, it is salted fish lais, belut, seluang, gabus, sepat rawa, tembakang, sepat siam, baung, dan nila, (3) Salted fish products recommended as superior in Tulang Bawang Regency include cork salted fish, baung salted fish, seluang salted fish, and astringent salted fish, (4) The production development strategy for freshwater salted fish business actors in Tulang Bawang Regency is aggressive. Potential strategies include strengthening the institutions of processing groups and fishermen to maximize fish product yields, diversifying fish farming according to the demand for fisheries production, intensifying fisheries cultivation, and coaching processing groups in developing innovative fishery products. (5) The marketing development strategy for freshwater salted fish business actors in Tulang Bawang Regency is aggressive. Strategies may include optimizing product diversification to meet market demand, market penetration, establishing marketing partnerships, and developing domestic and export markets. (6) Supporting services needed by freshwater salted fish business actors in Tulang Bawang Regency include

banking services, cooperatives, pawnshops, fisheries extension agencies, transportation facilities, information and communication technology, government policies, and markets. The supporting services perceived by salted fish processors in Tulang Bawang Regency are pawnshops, transportation facilities, and markets.

Keywords: Business actors, Salted fish, Development, SWOT

ABSTRAK

STUDI PENGEMBANGAN PELAKU USAHA IKAN ASIN AIR TAWAR DI KABUPATEN TULANG BAWANG

Oleh

Muhammad Abdurrokhim

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui pengadaan bahan baku ikan asin air tawar dalam memenuhi prinsip kriteria 6 tepat pada pelaku usaha ikan asin air tawar, mengetahui besaran nilai tambah dalam usaha ikan asin air tawar, mengetahui produk ikan asin yang menjadi rekomendasi sebagai produk unggulan pada pelaku usaha ikan asin air tawar, Tersusunnya strategi pengembangan produksi pada pelaku usaha ikan asin air tawar, tersusunnya strategi pengembangan pemasaran pada pelaku usaha ikan asin air tawar, dan mengetahui jasa layanan pendukung yang dibutuhkan oleh pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Menggala, Kecamatan Menggala Timur, dan Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten Tulang Bawang. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan pada Bulan Desember 2022 – Februari 2023. Responden adalah 37 pelaku usaha pengolah ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang. Penelitian ini menggunakan metode sensus dan analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Manajemen pengadaan bahan baku antara musim kemarau dan musim hujan menunjukkan perbedaan pada ketepatan harga. Disisi lain, kedua musim sudah tepat kualitas dan tempat, (2) Terdapat perbedaan besaran nilai tambah yang diperoleh dari produk ikan asin air tawar antara musim hujan dan musim kemarau. Pada musim kemarau, urutan komoditas ikan asin air tawar yang memberikan nilai tambah terbesar hingga terkecil adalah ikan asin lais, belut, seluang, baung, tembakang, gabus, sepat, nila, dan Sepat Siam. Sedangkan pada musim hujan, adalah ikan asin lais, belut, seluang, gabus, Sepat Rawa, tembakang, Sepat Siam, baung, dan nila, (3) Produk ikan asin air tawar yang direkomendasikan sebagai unggulan di Kabupaten Tulang Bawang meliputi ikan asin gabus, ikan asin baung, ikan asin seluang, dan ikan asin sepat rawa, (4) Strategi pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang bersifat agresif. Strategi pengembangan produksi yang dapat dilakukan adalah penguatan kelembagaan kelompok pengolah dan nelayan untuk memaksimalkan hasil produk ikan, penganekaragaman budidaya ikan sesuai kebutuhan permintaan produksi perikanan, intensifikasi budidaya perikanan, dan pembinaan kelompok pengolah dalam mengembangkan inovasi produk olahan ikan., (5) Strategi pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang bersifat agresif.

Strategi pengembangan pemasaran yang dapat dilakukan adalah pengoptimalan diversifikasi produk dalam memenuhi permintaan pasar, penetrasi pasar, menjalin kemitraan pemasaran, dan Pengembangan pasar domestik, (6) Jasa layanan pendukung yang dibutuhkan pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang yaitu jasa layanan bank, koperasi, pegadaian, lembaga penyuluhan perikanan, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, kebijakan pemerintah, dan pasar. Jasa layanan pendukung yang dirasakan oleh pengolah ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang yaitu pegadaian, sarana transportasi, dan pasar.

Kata kunci : Pelaku usaha, Ikan asin, Pengembangan, SWOT

**STUDI PENGEMBANGAN PELAKU USAHA IKAN ASIN AIR TAWAR
DI KABUPATEN TULANG BAWANG**

Oleh

MUHAMMAD ABDURROKHIM

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER PERTANIAN**

Pada

**Program Pascasarjana
Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

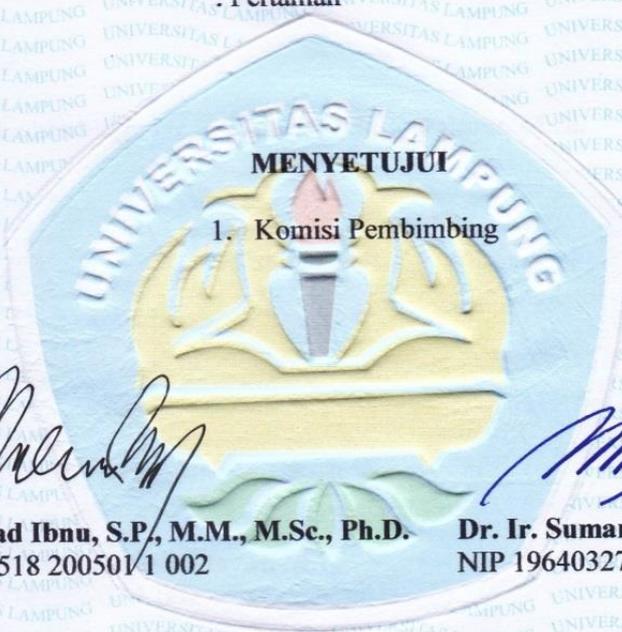
Judul Tesis : **STUDI PENGEMBANGAN PELAKU USAHA IKAN ASIN AIR TAWAR DI KABUPATEN TULANG BAWANG**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Abdurrokhim**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2124132007**

Program Studi : **Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian**

Fakultas : **Pertanian**



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Muhammad Ibnu, S.P., M.M., M.Sc., Ph.D.
NIP 19790518 200501/1 002

Dr. Ir. Sumaryo G.S., M.Si
NIP 19640327199003 1 004

2. Ketua Program Studi
Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian

Dr. Ir. Sumaryo G.S., M.Si
NIP 19640327 199003 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

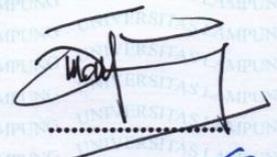
Ketua : Muhammad Ibnu, S.P., M.M., M.Sc., Ph.D.



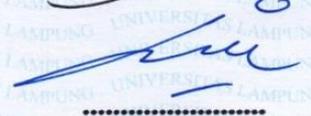
Sekretaris : Dr. Ir. Sumaryo G.S., M.Si.



**Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Dame Trully Gultom, M.Si.**



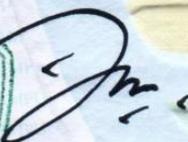
: Dr. Helvi Yanfika, S.P., M.E.P.



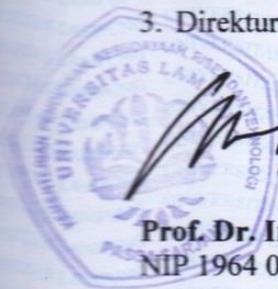
2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. P. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP.196411/18198902 1 002



3. Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP 1964 0326 198902 1 001



4. Tanggal Lulus Ujian Tesis: 12 Januari 2024

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Abdurrokhim
NPM : 2124132007
Fakultas : Pertanian
Program Studi : Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian
Universitas Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul “Studi Pengembangan Pelaku Usaha Ikan Asin Air Tawar Di Kabupaten Tulang Bawang” adalah benar hasil karya ilmiah penulisan saya, bukan hasil menjiplak atau karya orang lain.

Adapun bagian tertentu dalam penelitian ini saya kutip dari karya orang lain yang dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma dan etika penulisan ilmiah. Jika dikemudian hari ternyata ada hal yang melanggar dari ketentuan akademik Universitas Lampung, maka saya bersedia bertanggung jawab dan mendapatkan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 8 Januari 2024



Muhammad Abdurrokhim

RIWAYAT HIDUP



Segala puji hanya milik Allah SWT, Penulis dilahirkan di Menggala, 23 Januari 1999. Penulis adalah anak kelima dari enam bersaudara dari pasangan Bapak Alm. H. Endang Rachmat dan Ibu Hj. Enden Mustika Sari.

Penulis menyelesaikan studi pendidikan dasar di SDN Setiamanah Mandiri 1 Kota Cimahi pada tahun 2011 dan pendidikan menengah pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMPN 3 Kota Cimahi. Pendidikan menengah atas di SMAN 2 Menggala diselesaikan pada tahun 2017.

Tahun 2017, Penulis terdaftar sebagai mahasiswa baru di Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung dan diselesaikan pada tahun 2021 dengan predikat Sangat Memuaskan. Penulis melanjutkan studi pascasarjana di tahun 2021 pada Program Studi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2021 melalui jalur beasiswa *research and teaching assistant program* Universitas Lampung.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim,

Alhamdulillahirrabbi'alamiin, Penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW, yang telah memberikan teladan di setiap kehidupan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tesis berjudul “Studi Pengembangan Pelaku Usaha Ikan Asin Air Tawar Di Kabupaten Tulang Bawang ” telah banyak pihak yang terlibat dan membantu. Penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Dr. Ir. Sumaryo Gitosaputro, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Lampung, yang telah memberikan ilmu, materi, bimbingan, nasihat, arahan, motivasi, dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada Penulis dalam penyelesaian tesis.
4. Dr. Ir. Dewangga Nikmatullah, M.S. selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan doa, semangat, motivasi, ketulusan hati, kesabaran, ilmu, materi, bimbingan, nasihat, arahan, saran, ketelatenan, dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada Penulis dalam penyelesaian tesis.
5. Muhammad Ibnu, S.P., M.M., M.Sc., Ph.D. selaku Pembimbing Kedua yang telah memberikan doa, semangat, motivasi, ketulusan hati, kesabaran, ilmu,

materi, bimbingan, nasihat, arahan, saran, ketelatenan, dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada Penulis dalam penyelesaian tesis.

6. Dr. Ir. Dame Trully Gultom, M.S. selaku Dosen Pembahas Pertama, yang memberikan doa, semangat, arahan, saran, masukan, dan semua kebaikan yang sifatnya membangun kepada Penulis dalam penyelesaian tesis.
7. Dr. Helvi Yanfika, S.P., M.E.P. selaku Dosen Pembahas Kedua, yang memberikan doa, semangat, arahan, saran, masukan, dan semua kebaikan yang sifatnya membangun kepada Penulis dalam penyelesaian tesis.
8. Seluruh dosen Program Studi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian yang telah membekali Penulis dengan ilmu dan pengetahuan selama menjalani masa perkuliahan.
9. Kedua orang tua tercinta, Alm. H. Endang Rachmat dan Hj. Enden Mustika Sari yang selalu membimbing dan memberikan do'a serta semangat kepada Penulis dengan tidak pernah lelah mendidik Penulis untuk mencari ilmu, belajar, ibadah, dan berdo'a.
10. Kakak dan Adik tersayang, Sisca Indriani, Endri Kusuma Wijaya, Detri Wulan Sari, Muhammad Abdurrachman, dan Siti Zahra Nurjannah yang telah memotivasi Penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
11. Sahabat-sahabat terbaik Yuli Safitri, Inara Angsi Prastisi, Bu Sekartiara Syafani dan Bu Tati Purnamawati, yang selalu memberikan bantuan dan motivasi selama Penulis menyelesaikan tesis ini.
12. Seluruh karyawan dan staf Pascasarjana Pertanian Mbak Fitri, Mbak Rayi, Mas Udin dan Mas Edi yang telah banyak membantu selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
13. Teman-teman seperjuangan Prodi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian 2021 atas bantuan dan semangat yang selalu diberikan kepada Penulis.
14. Teman-teman program pascasarjana angkatan 2021, almamater tercinta serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, informasi, masukan, dan bantuan kepada Penulis dalam menyelesaikan tesis.
15. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyusun Tesis ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan, namun semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Aamiin Ya Rabba'alaamiin

Bandar Lampung

Penulis,

Muhammad Abdurrokhim

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Usaha Pengolahan Ikan Asin	8
2. Pengolahan Pasca Panen	10
3. Pemasaran	11
4. Prospek Pengembangan	13
5. Analisis SWOT	14
7 Strategi Pengembangan.....	19
8 Nilai Tambah	20
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pemikiran	35
III. METODE PENELITIAN	
A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	39
B. Metode, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	42
C. Populasi dan Responden Penelitian	42
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Metode Analisis	44
1. Tujuan Pertama	44
2. Tujuan Kedua.....	45
3. Tujuan Ketiga.....	46
4. Tujuan Keempat.....	47
5. Tujuan Kelima	52
6. Tujuan Keenam.....	57
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Kabupaten Tulang Bawang.....	58
1. Letak Geografis.....	58
2. Iklim dan Topografi	59

3. Kondisi Demografi.....	61
4. Kondisi Perikanan.....	62
B. Gambaran Umum Kecamatan Menggala Timur.....	63
1. Letak Geografis dan Topografis	63
2. Kondisi Demografi.....	64
C. Gambaran Umum Kecamatan Menggala.....	64
1. Letak Geografis dan Topografis	64
2. Kondisi Demografi.....	65
D. Gambaran Umum Kecamatan Dente Teladas.....	65
1. Letak Geografis.....	65
2. Kondisi Demografi.....	66

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Usaha Ikan Asin Air Tawar	67
1. Status Kepemilikan Usaha	67
2. Alasan Utama Usaha.....	68
3. Pengadaan Modal Usaha.....	69
4. Proses Pengadaan Bahan Baku	70
5. Proses Produksi Ikan Asin	71
6. Proses Pemasaran Ikan Asin	72
B. Kondisi dan Kendala Pelaku Usaha Ikan Asin Air Tawar	73
C. Pengadaan Bahan Baku Ikan Asin dalam Memenuhi Prinsip Kriteria	
6 Tepat	75
1. Pengadaan Bahan Baku Ikan Asin dalam Memenuhi Prinsip Kriteria	
6 Tepat Musim Kemarau	75
2. Pengadaan Bahan Baku Ikan asin air tawar dalam Memenuhi Prinsip	
Kriteria 6 Tepat Musim Hujan.....	80
3. Rekomendasi Menjamin Keberlanjutan Ketersediaan Bahan Baku	83
D. Nilai Tambah Produk Ikan Asin Air Tawar pada Musim Kemarau.....	86
1. Nilai Tambah Ikan Asin Gabus (<i>Channa striata</i>).....	89
2. Nilai Tambah Ikan Asin Lais (<i>Kriptopterus bicitrhis</i>)	89
3. Nilai Tambah Ikan Asin Nila (<i>Oreochromis niloticus</i>)	90
4. Nilai Tambah Ikan Asin Baung (<i>Mystus nemurus</i>).....	91
5. Nilai Tambah Ikan Asin Tembakang (<i>Helostoma temminckii</i>)	91
6. Nilai Tambah Ikan Asin Seluang (<i>Rasbora argyrotaenia</i>).....	92
7. Nilai Tambah Ikan Asin Sepat Siam (<i>Trichopodus pectoralis</i>).....	93
8. Nilai Tambah Ikan Asin Sepat Rawa (<i>Trichopodus trichopterus</i>)	93
9. Nilai Tambah Ikan Asin Belut (<i>Monopterus albus</i>)	94
E. Nilai Tambah Produk Ikan Asin pada Musim Hujan	95
1. Nilai Tambah Ikan Asin Gabus (<i>Channa striata</i>).....	98
2. Nilai Tambah Ikan Asin Lais (<i>Kriptopterus bicitrhis</i>)	98
3. Nilai Tambah Ikan Asin Nila (<i>Oreochromis niloticus</i>)	99
4. Nilai Tambah Ikan Asin Baung (<i>Mystus nemurus</i>).....	100
5. Nilai Tambah Ikan Asin Tembakang (<i>Helostoma temminckii</i>)	100
6. Nilai Tambah Ikan Asin Seluang (<i>Rasbora argyrotaenia</i>).....	101
7. Nilai Tambah Ikan Asin Sepat Siam (<i>Trichopodus pectoralis</i>).....	102
8. Nilai Tambah Ikan Asin Sepat Rawa (<i>Trichopodus trichopterus</i>)	102
9. Nilai Tambah Ikan Asin Belut (<i>Monopterus albus</i>)	103

F. Perbandingan Nilai Tambah Produk Ikan Asin Air Tawar antara Musim Kemarau dan Musim Hujan.....	104
G. Rekomendasi Produk Unggulan Ikan Asin Air Tawar di Kabupaten Tulang Bawang	106
H. Strategi Pengembangan Produksi pada Pelaku usaha Ikan Asin Air Tawar di Kabupaten Tulang Bawang.....	110
1. Analisis Faktor Lingkungan Strategis.....	110
2. Matrik IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	120
3. Matrik EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>).....	122
4. Matriks Posisi.....	124
5. Matriks SWOT.....	126
6. Alternatif Strategi Pengembangan	130
I. Strategi Pengembangan Pemasaran pada Pelaku usaha Ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.....	137
1. Analisis Faktor Lingkungan Strategis.....	137
2. Matrik IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>)	146
3. Matrik EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>).....	148
4. Matriks Posisi.....	150
5. Matriks SWOT.....	152
6. Alternatif Strategi Pengembangan	156
J. Jasa Layanan Pendukung.....	163
 VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	167
B. Saran	168

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi perikanan Indonesia Tahun 2017--2019	1
2. Produksi perikanan menurut kabupaten/kota di Provinsi Lampung Tahun 2019.....	2
3. Kelompok pengolah dan pemasar (Poklahsar) produk perikanan di Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2021	3
4. Diagram matriks SWOT	18
5. Penelitian terdahulu.....	23
6. Penilaian pada indikator harapan setiap kriteria pada komponen 6 Tepat.....	44
7. Prosedur perhitungan nilai tambah ikan asin air tawar dengan Metode Hayami	46
8. Analisis matriks IFE pengembangan produksi usaha ikan asin air tawar	49
9. Analisis matriks EFE pengembangan produksi usaha ikan asin air tawar	50
10. Matriks SWOT.....	52
11. Analisis matriks IFE pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar	55
12. Analisis matriks EFE pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar	55
13. Matriks SWOT.....	57
14. Jumlah curah hujan dan hari hujan di Kabupaten Tulang Bawang per bulan pada Tahun 2018.....	59
15. Sebaran pelaku usaha berdasarkan status kepemilikan usaha.....	67

16. Sebaran pelaku usaha berdasarkan alasan utama berusaha pelaku usaha ikan asin air tawar	68
17. Sebaran pelaku usaha berdasarkan sumber modal pada usaha	69
18. Pengadaan, cara pembelian, sistem pengadaan, dan cara pembayaran bahan baku pada usaha pelaku usaha ikan asin air tawar	70
19. Komponen kriteria 6 Tepat pengadaan bahan baku pelaku usaha ikan asin air tawar pada musim kemarau di Kabupaten Tulang Bawang	75
20. 6 Tepat pengadaan bahan baku pelaku usaha ikan asin air tawar pada musim hujan di Kabupaten Tulang Bawang	80
21. Nilai tambah ikan asin air tawar pada musim kemarau di Kabupaten Tulang Bawang	87
22. Nilai tambah ikan asin pada musim hujan di Kabupaten Tulang Bawang	96
23. Perbandingan perolehan nilai tambah produk ikan asin air tawar pada musim kemarau dan musim hujan di Kabupaten Tulang Bawang	104
24. Matrik IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>) strategi pengembangan produksi.....	121
25. Matrik EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>) strategi pengembangan produksi.....	123
26. Matriks Analisis SWOT strategi pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang	126
27. Alternatif strategi pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang	131
28. Matrik IFAS (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i>) strategi pengembangan pemasaran	147
29. Matrik EFAS (<i>Eksternal Strategic Factor Analysis Summary</i>) strategi pengembangan pemasaran	148
30. Matriks Analisis SWOT strategi pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang	152
31. Alternatif strategi pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang	156
32. Pemanfaatan jasa layanan pendukung.....	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses pengolahan ikan asin	9
2. Kerangka pemikiran studi pengembangan agroindustri ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang.....	38
3. Peta wilayah Kabupaten Tulang Bawang	59
4. Peta wilayah Kecamatan Menggala Timur	63
5. Peta wilayah Kecamatan Menggala.....	65
6. Peta wilayah Kecamatan Dente Teladas.....	66
7. Proses pengolahan ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang	72
8. Matriks posisi analisis SWOT pengembangan produksi	125
9. Matriks posisi analisis SWOT pengembangan pemasaran.....	151

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan dan maritim terbesar di dunia dengan jumlah pulau di Indonesia kurang lebih 17.504 pulau. Luas perairan Indonesia adalah 6,4 juta km² yang terdiri dari luas laut teritorial 0,29 juta km², luas perairan pedalaman dan perairan kepulauan 3,11 juta km², dan luas zona ekonomi eksklusif Indonesia 3,00 juta km² (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2020). Indonesia yang sebagian besar wilayahnya terdiri dari laut ini, menjadikan Indonesia memiliki potensi perikanan yang sangat besar dan beragam. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia Tahun 2021, bahwa besarnya jumlah produksi perikanan yang dihasilkan wilayah Indonesia digambarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi perikanan Indonesia Tahun 2017--2019

Sumber Produksi		Produksi (Ton)		
		2017	2018	2019
Perikanan Tangkap	Perikanan Laut	6.424.114	6.701.834	7.164.302
	Perikanan Umum	467.822	659.287	557.793
Perikanan Budidaya	Ikan	5.658.948	5.451.508	6.759.191
	Rumput Laut	10.456.043	10.320.297	8.547.212
Total		23.006.927	23.132.926	23.093.498

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021b)

Berdasarkan Tabel 1, besarnya jumlah produksi perikanan di Indonesia yakni dari perikanan tangkap dan perikanan budidaya yang total produksinya pada tahun 2019 sebesar 23,09 juta ton. Perikanan tangkap meliputi perikanan laut dan perairan umum dengan produksi sebesar 7,72 juta ton, data perikanan tangkap tersebut mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya,

sedangkan perikanan budidaya meliputi produksi ikan dan produksi rumput laut sebesar 15,3 juta ton. Kemudian pada tabel tersebut terlihat kecenderungan mengalami kenaikan produksi perikanan tangkap di setiap tahun. Artinya, bertambahnya jumlah produksi perikanan setiap tahun mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki potensi perikanan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perikanan menjadi harapan yang besar sebagai salah satu sektor dalam meningkatkan pembangunan nasional.

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah potensial penghasil perikanan dan telah menyokong produksi perikanan nasional sebanyak 1,47 persen, mulai dari budidaya perikanan hingga hasil tangkapnya (Badan Pusat Statistik, 2021a). Berdasarkan BPS Provinsi Lampung dalam Angka Tahun 2021, dapat dilihat besarnya jumlah produksi perikanan yang dihasilkan di Wilayah Provinsi Lampung berdasarkan Kabupaten/kota dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Produksi perikanan menurut kabupaten/kota di Provinsi Lampung Tahun 2019

No.	Kabupaten/kota	Perikanan Tangkap (Ton)	Perikanan Budidaya (Ton)	Total Produksi (Ton)
1.	Lampung Barat	346	9.046	9.392
2.	Tanggamus	26.764	4.981	31.745
3.	Lampung Selatan	24.203	29.621	53.824
4.	Lampung Timur	52.099	16,308	68.407
5.	Lampung Tengah	3.631	39.879	43.510
6.	Lampung Utara	-	6.149	6.149
7.	Way Kanan	-	1.621	1.621
8.	Tulang Bawang	22.548	37.231	59.779
9.	Pesawaran	14.906	7.055	21.961
10.	Prinsewu	-	5.933	5.933
11.	Mesuji	3.762	3.310	7.072
12.	Tulang Bawang Barat	-	7.334	7.334
13.	Pesisir Barat	4.427	9.115	13.542
14.	Bandar Lampung	7.229	1.611	8.840
15.	Metro	-	1.938	1.938
TOTAL		159.916	181.132	341.048

Sumber: BPS Provinsi Lampung dalam Angka Tahun 2021.

Tabel 2 menunjukkan bahwa produksi perikanan di Provinsi Lampung pada tahun 2019 sebesar 341.048 ton. Produksi tersebut terdiri perikanan tangkap dan perikanan budidaya yang masing-masing memiliki produksi sebesar

159.916 ton dan 181.132 ton. Kabupaten/kota yang memiliki produksi perikanan terbesar di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Timur dengan produksi total sebesar 68.407 ton. Diikuti Kabupaten Tulang Bawang sebagai Kabupaten/kota dengan produksi perikanan dengan produksi total sebesar 59.779 ton. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Lampung, khususnya Kabupaten Tulang Bawang sebagai salah satu kabupaten potensial yang memiliki potensi perikanan yang besar.

Mengacu pada hasil produksi perikanan Kabupaten Tulang Bawang yang melimpah, nelayan menjual/memasarkan ikan dalam keadaan segar dengan harga yang relatif tidak stabil tanpa adanya nilai tambah yang signifikan. Sementara itu, pelaku usaha komoditi industri perikanan di Kabupaten Tulang Bawang berdasarkan data Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklahsar) Produk Perikanan masih tergolong sedikit dan sebagian besar berada pada kelompok usaha mikro kecil menengah yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kelompok pengolah dan pemasar (Poklahsar) produk perikanan di Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2021

No	Kecamatan	Jumlah Kelompok Pemasar	Jumlah Kelompok Pengolah
1	Rawajitu Selatan	69	0
2	Rawa Pitu	4	0
3	Menggala Timur	7	1
4	Banjar Margo	0	0
5	Penawar Tama	9	0
6	Rawapitu	12	1
7	Menggala	0	4
8	Rawajitu Timur	44	5
9	Gedung Aji	11	0
10	Banjar Baru	18	0
11	Banjar Agung	11	0
12	Dente Teladas	0	5
13	Gedung Aji Baru	0	0
14	Penawar Aji	8	0
15	Gedung Meneng	8	2
Total		201	18

Sumber: Dinas Perikanan Kabupaten Tulang Bawang, 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa total kelompok pemasar perikanan yang terdiri atas pemasar ikan segar ataupun pemasar produk olahan perikanan sebanyak 201 kelompok, sedangkan total kelompok pengolah perikanan sebanyak 18 kelompok. Kelompok pemasar yang lebih banyak dibandingkan kelompok

pengolah mengakibatkan masih banyak ikan yang belum termanfaatkan dan memberikan nilai tambah yang berdampak baik pada perekonomian masyarakat (Dinas Perikanan Kabupaten Tulang Bawang, 2021). Berdasarkan Neraca Bahan Makanan (NBM) Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Tulang Bawang (2021), Ketersediaan pangan hewani bersumber dari komoditas perikanan dapat memenuhi kebutuhan pangan hewani untuk masyarakat Kabupaten Tulang Bawang dengan status ketersediaannya berlebih. Namun, produk olahan perikanan dalam menyediakan pangan yang tahan lama masih tergolong rendah serta masyarakat cenderung lebih memilih mengkonsumsi ikan segar dibandingkan produk olahan perikanan.

Kabupaten Tulang Bawang dari hasil produksi perikanannya saat ini sebagian besar diperuntukkan dalam memenuhi kebutuhan lokal. Nelayan menjual hasil tangkapnya dalam keadaan segar dengan harga yang relatif tidak stabil tanpa adanya nilai tambah yang signifikan. Ketika ketersediaan ikan berlimpah seringkali penawaran terhadap produk tinggi namun permintaan terhadap produk rendah, hal ini menyebabkan pasokan ikan yang tersisa tidak laku dijual. Menurut Tauhid, Hidayati, & Hanum (2017) pendekatan perikanan potensial di Kabupaten Tulang Bawang sangat perlu dilakukan dalam menjamin kontinuitas dan stabilitas agroindustri, mengingat bahwa sifat ikan yang mudah rusak dan ketersediaan akan ikan di alam yang melimpah pada musim banjir serta pada musim kering ketersediaan ikan dialam langka, maka perlu upaya pengembangan agroindustri yang fokus pada sumber daya alam potensial yang ada. Selain itu, dari berbagai komoditas ikan yang ada masih belum dapat diketahui komoditas mana yang paling memiliki potensi untuk terus dikembangkan dan memberikan nilai tambah yang signifikan.

Agroindustri pengolahan perikanan tangkap maupun budidaya di Wilayah Kabupaten Tulang Bawang khususnya pelaku usaha ikan asin, pada kenyataannya belum memiliki strategi pengembangan pelaku usaha ikan asin yang berfokus pada pemecahan kendala-kendala yang dialami yaitu akses pasar dan ketersediaan bahan baku. Selain itu, pelaku usaha juga belum merasakan adanya dukungan ataupun peran dari jasa layanan pendukung yang tersedia

dalam pengembangan usaha pelaku usaha ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang. Oleh karena itu, dengan adanya studi pengembangan pada kegiatan pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang dapat membantu pelaku usaha meningkatkan taraf hidupnya.

B. Rumusan Masalah

Kabupaten Tulang Bawang mempunyai potensi perikanan yang besar dan ketersediaannya berlimpah. Kegiatan utama subsektor perikanan yang dijalankan masyarakat Kabupaten Tulang Bawang meliputi perikanan tangkap, budidaya dan pengolahan. Pengembangan perikanan di Kabupaten Tulang Bawang sejauh ini belum memberikan kontribusi yang besar dalam perekonomian Kabupaten Tulang Bawang. Masyarakat Kabupaten Tulang Bawang cenderung lebih memilih mengkonsumsi ikan segar dibandingkan produk olahan perikanan. Oleh karena itu, pelaku usaha perikanan di Kabupaten Tulang Bawang cenderung menjual hasil perikanan tangkap maupun budidayanya dalam keadaan segar tanpa melakukan pengolahan yang dapat memberikan nilai tambah untuk meningkat perekonomiannya.

Kegiatan usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang merupakan salah satu industri pengolahan perikanan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Kegiatan usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang menghadapi berbagai kendala, yaitu sulitnya memperoleh akses pasar dalam menjual produk ikan asin air tawar, sulitnya memperoleh bahan baku ikan saat musim kering, dan nilai tambah ikan asin air tawar yang tidak signifikan disebabkan karena harga bahan baku tidak stabil serta peran jasa layanan pendukung yang belum dirasakan pelaku usaha dalam mengolah ikan asin air tawar (Abdurrokhim, 2021). Berbagai tantangan tersebut bersifat kompleks, saling terkait dan melibatkan banyak komponen. Untuk mengatasi tantangan tersebut dibutuhkan upaya yang komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perumusan strategi pengembangan usaha menjadi krusial dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha, memastikan efektivitas, dan efisiensi dalam usaha mengolah ikan asin air tawar di

Kabupaten Tulang Bawang, sehingga dengan merumuskan strategi pengembangan perikanan yang komprehensif dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pembangunan sektor perikanan di Kabupaten Tulang Bawang.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah pengadaan bahan baku ikan asin air tawar telah memenuhi prinsip kriteria 6 tepat pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang?
- 2) Berapa besar nilai tambah yang diperoleh pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang?
- 3) Apa saja produk ikan asin air tawar yang menjadi rekomendasi sebagai produk unggulan ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang?
- 4) Bagaimana strategi pengembangan produksi pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang?
- 5) Bagaimana strategi pengembangan pemasaran pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang?
- 6) Apa saja jasa layanan pendukung yang dibutuhkan bagi pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui pengadaan bahan baku ikan asin air tawar dalam memenuhi prinsip kriteria 6 tepat pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.
- 2) Mengetahui besaran nilai tambah dalam usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.
- 3) Mengetahui produk ikan asin air tawar yang menjadi rekomendasi sebagai produk unggulan pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.

- 4) Tersusunnya strategi pengembangan produksi pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.
- 5) Tersusunnya strategi pengembangan pemasaran pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.
- 6) Mengetahui jasa layanan pendukung yang dibutuhkan oleh pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang diperoleh dan diharapkan oleh peneliti adalah:

- 1) Sebagai bahan pertimbangan bagi stakeholder guna membantu mengembangkan dan meningkatkan produktivitas pelaku usaha pengolahan perikanan di Kabupaten Tulang Bawang.
- 2) Sebagai bahan pertimbangan dan bahan informasi bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.
- 3) Sebagai bahan referensi bagi penelitian lain yang akan melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Usaha Pengolahan Ikan Asin

Komoditi ikan asin menurut Sari (2011) adalah produk yang tidak asing bagi rakyat Indonesia, karena harganya murah dan mudah dalam membuatnya. Bahan utama dalam pembuatan ikan asin adalah garam sedangkan yang dapat dibuat ikan asin adalah hampir semua jenis ikan. Langkah-langkah dalam proses pembuatannya adalah sebagai berikut:

a) Penyiangan

Ikan-ikan yang berukuran besar dibuang isi perutnya, kadang-kadang dibuang sisiknya, kemudian dibelah. Beberapa jenis ikan dipotong bagian kepalanya, misalnya jenis ikan tongkol (*herring*) dan ikan salem. Cara-cara penyiangan yang banyak dikerjakan di beberapa daerah terkadang berlainan, namun pada umumnya tidak banyak perbedaan.

b) Pencucian

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

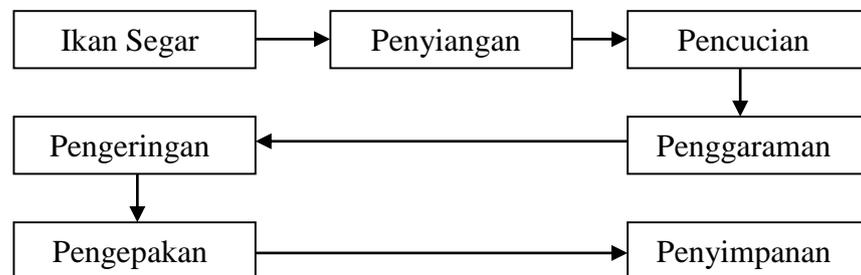
c) Penggaraman

Penggaraman yang masih tradisional hanya dikerjakan dengan cara menaburkan kristal-kristal garam pada permukaan ikan atau menyikatnya dengan larutan garam pada permukaan ikan atau menyikatnya dengan

larutan garam atau campuran antara kristal garam dan larutan garam. Pada penggaraman yang sudah maju, digunakan alat-alat yang dapat memasukkan larutan garam ke dalam daging ikan.

d) Pengerinan dan Pengepakan

Setelah penggaraman selesai dikerjakan, ikan lalu dijemur atau dikeringkan dengan cara mekanis. Pengerinan hanya bertujuan mengurangi sedikit kadar air, supaya produk ikan asin tidak nampak berair. Jadi, pengerinan tidak sampai ikan asinnya menjadi benar-benar kering. Bila pengerinan dianggap cukup, lalu dipak dan dapat di jual kepasar-pasar. Proses pengolahan ikan asin dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pengolahan ikan asin

Menurut Budiman (2004), langkah penggaraman pada ikan asin pada prinsipnya bersifat menarik air dari jaringan daging ikan sehingga protein daging ikan akan menggumpal dan sel daging pun mengerut. Penggaraman juga dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme pembusuk tetapi dengan kadar garam tingkat tinggi. Dengan langkah pengerinan berikutnya, maka kadar air ikan yang digarami tersebut akan berkurang dan membentuk keadaan yang tidak memungkinkan mikroorganisme pengganggu untuk tumbuh. Oleh sebab itu, jumlah garam yang ditambahkan sebaiknya diperhitungkan benar supaya tidak terlalu tinggi, sehingga ikan asin dapat dikonsumsi lebih banyak sebagai sumber protein dalam usaha peningkatan konsumsi protein penduduk. Jumlah penambahan garam sangat tergantung pada kesegaran ikan, besar kecilnya ikan serta lama pengawetan ikan. Sedangkan mutu ikan asin, selain ditentukan oleh jumlah garam yang ditambahkan, juga oleh tingkat kemurnian garam yang digunakan.

Menurut Buckle (1985) ikan asin dapat stabil karena tiga faktor yaitu:

- a) Kerja langsung dari sodium klorida pada jenis-jenis organisme pembusuk protein (*putrefractive*).
- b) Penghilangan oksigen dari jaringan yang mencegah pertumbuhan mikroorganisme.
- c) Gangguan sodium klorida terhadap kegiatan enzim proteolitik dalam daging

2. Pengolahan Pasca Panen

Tujuan menyediakan dan mempertahankan sifat segar hasil perikanan merupakan tujuan utama dalam penangkapan pasca tangkap. Sifat segar hasil perikanan dapat dipertahankan dengan menurunkan suhu ikan dan lingkungannya, seperti perlakuan pendinginan dengan mesin pendingin dan pendinginan dengan es. Perlakuan pendinginan dengan es lebih banyak dilakukan oleh para nelayan yang kapalnya tidak dilengkapi dengan mesin pendingin. Pendinginan dengan es memiliki beberapa kelemahan yaitu air murni lebih cepat mencair dan biasanya es terbuat dari air yang tidak bersih sehingga dapat menyebabkan hasil perikanan yang cepat rusak (Sari, 2011).

Pengolahan perikanan bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk perikanan, baik yang berasal dari perikanan tangkap maupun akuakultur. Usaha ini juga bertujuan untuk mendekatkan produk perikanan ke pasar dan diterima oleh konsumen secara lebih luas. Selain itu, pengolahan perikanan dapat berperan dalam menstabilkan ketersediaan produk perikanan di pasar. Melalui pengolahan, permasalahan produk perikanan yang antara lain bersifat musiman (terutama produk perikanan tangkap), fluktuatif, mudah busuk dan membutuhkan penyimpanan khusus dapat diatasi sampai batas-batas tertentu. Usaha pengolahan perikanan bertujuan untuk memproduksi makanan dan bahan baku industri. Pengolahan perikanan untuk tujuan memproduksi makanan, meliputi antara lain pengeringan, pengasinan, pengasapan, pemindangan, pengalengan, dan kegiatan pengolahan lainnya

yang merubah sama sekali bentuk atau morfologi bahan baku, seperti sosis, bakso, *burger*, dan *nugget* ikan (Awdayah, 2007).

3. Pemasaran

Tataniaga adalah suatu kegiatan yang diarahkan untuk mengenali dan memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan. Tataniaga merupakan proses sosial yang setiap individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan produk dan nilai dengan individu atau kelompok lainnya. Dengan kata lain, tataniaga adalah kegiatan manusia untuk memuaskan kebutuhan manusia melalui proses pertukaran (Hasyim, 2012).

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa dan menyampaikan barang atau jasa dari produsen dan konsumen. Pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dalam hal ini individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginannya dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain (Hanafie, 2010).

Terdapat 5 konsep pemasaran yang mendasari cara produsen melakukan kegiatan pemasarannya, yaitu:

a) Konsep berwawasan produksi

Konsep ini merupakan konsep tua yang berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya. Pusat perhatian produsen ditujukan untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, serta cakupan distribusi yang luas.

b) Konsep berwawasan produk

Konsep ini menyebutkan bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja baik, atau hal-hal inovatif lainnya. Produsen akan memusatkan perhatian pada tujuan untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakan karena beranggapan pembeli akan menyukai produk yang buatannya baik.

c) Konsep berwawasan menjual

Konsep ini berpendapat bahwa jika konsumen dibiarkan saja maka tidak akan membeli produk dalam jumlah besar sehingga usaha penjualan dan promosi yang agresif perlu dilakukan. Konsep ini beranggapan bahwa konsumen harus didorong untuk melakukan pembelian, serta produsen memiliki banyak cara promosi dan penjualan yang efektif.

d) Konsep berwawasan pemasaran

Konsep ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada saingannya.

e) Konsep berwawasan pemasaran bermasyarakat

Konsep ini beranggapan bahwa tugas produsen ialah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memenuhinya dengan lebih efektif dan efisien dari pada saingannya dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Hanafie, 2010).

Tataniaga pertanian adalah kegiatan menyalurkan barang produk-produk pertanian dan sarana produksi pertanian dari titik produksi sampai ke titik konsumen disertai penciptaan kegunaan waktu, tempat, bentuk, dan pengalihan hak milik oleh lembaga-lembaga tataniaga pertanian dengan melakukan fungsi-fungsi tataniaga. Kegiatan tataniaga bukan hanya bertujuan untuk menjual barang atau jasa sebab kegiatan sebelum dan sesudahnya juga merupakan suatu kegiatan tataniaga. Meskipun demikian setiap kegiatan tersebut harus dilakukan secara efisien sehingga secara ekonomis dapat dipertanggungjawabkan (Hasyim, 2012).

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis pasar internal

merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan/organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan pasar dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana industri dapat membangun strategi untuk mengeksploitasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan (Puspita, 2014).

Pelaksanaan pada bidang pemasaran juga dirumuskan langkah pembinaan dan pengembangan baik didalam maupun diluar negeri. Langkah tersebut dicapai lewat pelaksanaan penelitian dan pengkajian pemasaran, peningkatan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran, serta menyediakan sarana dukungan promosi dan uji pasar bagi usaha kecil. Selain itu juga dimaksudkan untuk mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi serta memasarkan produk usaha kecil.

Sudut manajemen, pembinaan dan pengembangan bidang produksi dan pemasaran dapat diakui sebagai langkah strategi dalam usaha meningkatkan kinerja usaha kecil. Dua unsur tersebut dilengkapi dengan pengembangan sumber daya manusia sebagai pelaksana (Anoraga, 2000).

4. Pengembangan

Perbedaan pengetahuan pada nelayan atau petani ikan dalam mengolah ikan menjadi ikan asin menyebabkan mutu ikan yang dihasilkan antar produk berbeda. Tingkat kesegaran ikan, metode penggaraman, dan cara penyimpanan akan berpengaruh terhadap kualitas ikan asin. Untuk mendapatkan ikan asin yang bermutu baik harus digunakan garam murni, yaitu garam dengan kandungan NaCl cukup tinggi (95%) dan sedikit sekali mengandung elemen yang dapat menimbulkan kerusakan, seperti yang sering dijumpai pada garam rakyat. Ikan asin yang diolah dengan garam murni memiliki daging berwarna putih kekuning–kuningan yang lunak. Jika dimasak, rasa ikan asin ini seperti ikan segar (Dita, 2021).

Kendala yang dihadapi pengolah ikan asin pada umumnya dilakukan dalam skala kecil, menggunakan teknologi tradisional yang didapat secara turun menurun, sanitasi dan higiene yang kurang diperhatikan terutama oleh UMKM, sehingga mutu dan daya tahan ikan asin menjadi kurang baik. Hal tersebut tentunya harus diatasi dengan cara terus mendorong dan mengembangkan UMKM pengolahan ikan, agar memiliki mutu yang baik, aman dikonsumsi, tersedia secara berkesinambungan, berdaya saing dan sesuai dengan selera masyarakat. Untuk itu perlu dilakukan perencanaan strategis yang baik bagi para pelaku usaha UMKM dengan tujuan agar dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal dalam usaha, sehingga usaha tersebut dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal dan memperoleh keunggulan bersaing (Dewi, 2019).

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang berguna untuk memperoleh formulasi strategi yang tepat, dan disesuaikan dengan kondisi dan potensi wilayah. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal, yang didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2009).

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain, sehingga dapat membuat lebih kuat dari para pesaingnya. Kekuatan

adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan - keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar.

Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli pemasok, dan faktor - faktor lain.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

3) Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

4) Ancaman (*Treats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang (Rangkuti, 2004).

Analisis lingkungan internal adalah proses dimana perencanaan strategi mengkaji faktor-faktor internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kelemahan dan kekuatan sehingga dapat mengelola peluang secara efektif dalam menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan (Dita, 2021).

Dalam menganalisa lingkungan internal ada beberapa unsur yang dianalisis yaitu:

- 1) Sumber daya perusahaan adalah segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan guna mendukung perkembangan perusahaan, diantaranya sumber daya manusia, sumber daya produksi, sumber daya keuangan, pemasaran serta penelitian dan pengembangan. Sumber daya perusahaan ini dibedakan menjadi dua yaitu sumber daya berwujud dan tidak berwujud.
- 2) Kapabilitas adalah suatu kombinasi untuk sumber daya yang dimiliki perusahaan baik yang berwujud atau tidak berwujud. Keahlian dan pengetahuan manusia merupakan hal yang paling signifikan dan merupakan segala akar bagi keunggulan bersaing dan merupakan dasar utama bagi kemampuan perusahaan yang seharusnya dimiliki para karyawan.
- 3) Kompetensi inti adalah sumber daya dan kapabilitas yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan melebihi pesaingnya. Sumber daya dan kapabilitas adalah dua hal yang sangat diperlukan dalam proses implementasi strategi yang selanjutnya mewujudkan nilai yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan (Dewi, 2019).

Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang tidak dapat dipengaruhi oleh perusahaan. Agar perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan baik, maka keberadaan lingkungan eksternal harus diperhitungkan secermat mungkin. Hasil identifikasi perusahaan tentang lingkungan eksternal disesuaikan dengan lingkungan internal. Pencocokan kedua lingkungan ini merupakan dasar untuk menentukan kesesuaian dengan misi strategisnya dan untuk mengambil tindakan dalam mencapai daya saing yang strategis. Ada 6 (enam) segmen lingkungan, yaitu: demografis, ekonomi, politik/ hukum, sosiokultural, teknologi dan global. Elemen-elemen yang ada dalam lingkungan ini memberikan pengaruh yang tidak langsung pada perusahaan. Walaupun tidak langsung, namun dalam jangka panjang perubahan yang terjadi pada elemen lingkungan ini dapat menjadi panduan bagi perusahaan untuk mendapatkan peluang dan mengantisipasi peluang (Lestari, 2011).

Tahap pertama dalam metode ini adalah mendaftarkan item-item faktor strategis internal dan eksternal yang paling penting. Tahap kedua yaitu memberi bobot dengan skala mulai dari 100 (paling penting) sampai 0 (tidak penting). Tahap ketiga dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan 1 dan tahap terakhir adalah mengalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom skor berbobot (Hunger & T.L., 2001).

Tahapan analisis SWOT dalam penyusunan perencanaan strategis, yaitu :

- 1) Tahapan pengumpulan data dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Data internal diperoleh dari lingkungan dalam usaha pengolahan hasil perikanan yang berupa kekuatan dan kelemahan dan data eksternal diperoleh dari lingkungan luar yang berupa peluang dan ancaman. Faktor ini dibuat dalam bentuk matriks EFAS (*External Faktor Analysis Summary*) dan matriks IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*)
- 2) Tahap analisis : menganalisis IFAS dan EFAS dengan memberi bobot nilai selang 0-1, cara penentuan berdasarkan pengamatan lapangan untuk menentukan urutan prioritas yaitu faktor mana yang paling penting dan tidak penting. Penentuan bobot kriteria tersebut menggunakan metode pembobotan klasik dengan pemberian skor kepentingan 1, 3, 5, dan 7. Pembobotan dengan menggunakan formula sederhana akan menghasilkan bobot antara sebesar 0-1 dan jika dijumlahkan keseluruhan bobot faktor tersebut akan menghasilkan nilai satu untuk masing-masing kondisi (internal dan eksternal). Selanjutnya memberi rating nilai dengan skala 1 sampai 4 dengan kualifikasi adalah nilai 1 = tidak tersedia, nilai 2 = kurang tersedia, nilai 3 = tersedia, dan nilai 4 = sangat tersedia. Pemberian nilai rating berbanding terbalik antara peluang dan ancaman dan kekuatan dan kelemahan. Semakin mendekati kenyataan, maka nilai peluang dan kekuatan semakin besar sehingga nilai kelemahan dan ancaman semakin kecil.
- 3) Setelah pemberian nilai dan bobot selanjutnya ditentukan nilai skor dengan mengalikan antara bobot dan rating.

4) Pengambilan keputusan untuk perumusan strategi pengembangan pengolahan hasil perikanan dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS, matriks tersebut menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, yaitu :

a) Strategi SO (Kekuatan – Peluang)

Strategi ini merupakan kombinasi antara kekuatan dan peluang, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang. Strategi ini disebut juga strategi agresif.

b) Strategi ST (Kekuatan – Ancaman)

Strategi yang menggunakan seoptimal mungkin kekuatan internal untuk menghadapi tantangan atau kelemahan. Strategi ini disebut strategi diversifikasi.

c) Strategi WO (Kelemahan – Peluang)

Strategi gabungan antara kelemahan dan peluang yang berupaya untuk meminimalkan kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini disebut strategi *turn around*.

d) Strategi WT (Kelemahan – Ancaman)

Strategi kombinasi antara kelemahan dan ancaman yang tidak menguntungkan dan berusaha meminimalkan kelemahan internal yang ada serta menghindari ancaman. Strategi ini disebut juga strategi defensif atau bertahan.

Tabel 4. Diagram matriks SWOT

Faktor Internal (IFAS)	<i>Strengths</i> (S) Faktor kekuatan Internal	<i>Weaknes</i> (W) Faktor kelemahan internal
Faktor Eksternal (EFAS)		
<i>Opportunities</i> (O) Faktor peluang eksternal	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Treaths</i> (T) Faktor ancaman eksternal	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan yang menghindari ancaman

Sumber: (Rangkuti, 2009)

7 Strategi Pengembangan

Strategi menurut Simatupang (1997) adalah suatu pola atau perencanaan yang mampu mengintegrasikan sasaran, kebijakan, dan tindakan-tindakan organisasi secara komprehensif. Sedangkan pengembangan pelaku usaha adalah segala bentuk pengusahaan yang dilakukan ke arah yang lebih baik dari sebelumnya. Hasil kajiannya menyebutkan bahwa pelaku usaha terbukti telah berhasil memberikan nilai tambah sekitar 20.7%, penyerapan tenaga kerja 30.8% dan penyerapan bahan baku 89.9% dari total industri yang ada, hal tersebut mengindikasikan perlunya perhatian pemerintah dalam menetapkan kebijakan ke arah pengembangan pelaku usaha menjadi sistem unggulan.

Strategi pengembangan pelaku usaha yang dapat ditempuh harus disesuaikan dengan karakteristik dan permasalahan pelaku usaha yang bersangkutan. Secara umum permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan pelaku usaha adalah: (a) sifat produk pertanian yang mudah rusak dan *bulky* sehingga diperlukan teknologi pengemasan dan transportasi yang mampu mengatasi masalah tersebut; (b) sebagian besar produk pertanian bersifat musiman dan sangat dipengaruhi oleh kondisi iklim sehingga aspek kontinuitas produksi pelaku usaha menjadi tidak terjamin; (c) kualitas produk pertanian dan agroindustri yang dihasilkan pada umumnya masih rendah sehingga mengalami kesulitan dalam persaingan pasar baik didalam negeri maupun di pasar internasional; dan (d) sebagian besar industri berskala kecil dengan teknologi yang rendah. Efek multiplier yang ditimbulkan dari pengembangan agroindustri meliputi semua industri dari hulu sampai pada industri hilir. Hal ini disebabkan karena karakteristik dari agroindustri yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan industri lainnya, antara lain: (a) memiliki keterkaitan yang kuat baik dengan industri hulunya maupun ke industri hilir, (b) menggunakan sumberdaya alam yang ada dan dapat diperbaharui, (c) mampu memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif baik di pasar internasional maupun di pasar domestik, (d) dapat menampung tenaga kerja dalam jumlah besar, (e) produk agroindustri

pada umumnya bersifat cukup elastis sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang berdampak semakin luasnya pasar khususnya pasar domestik (Udayana, 2011).

8 Nilai Tambah

Komoditi pertanian umumnya dihasilkan sebagai bahan mentah dan mudah rusak sehingga perlu langsung dikonsumsi atau diolah. Proses pengolahan dapat meningkatkan guna bentuk komoditi. Ketersediaan konsumen membayar harga output agroindustri pada harga yang relatif tinggi merupakan insentif perusahaan pengolah untuk menghasilkan output agroindustri. Dalam penciptaan guna bentuk komoditi pertanian dibutuhkan biaya pengolahan. Salah satu konsep yang sering digunakan adalah nilai tambah. Salah satu tujuan agroindustri adalah untuk meningkatkan nilai tambah produk atau jasa (Simatupang & Purwanto, 1990).

Proses pengolahan hasil pertanian memberikan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan dengan produk pertanian itu sendiri sehingga mampu memberikan kontribusi nilai ekonomis yang tinggi. Pengolahan hasil pertanian maupun penunjang dapat meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu menyerap banyaknya tenaga kerja, meningkatkan devisa negara, dan mendorong tumbuhnya industri lain (Soekartawi, 1999).

Aktivitas dapat dikatakan memiliki nilai tambah bila penambahan input akan memberikan nilai tambah sesuai yang diinginkan konsumen. Aktivitas produksi bukan sekedar dipandang sebagai aktivitas mentransformasikan input menjadi output tetapi dipandang sebagai aktivitas penciptaan nilai tambah dimana setiap aktivitas dalam proses produksi harus memberikan nilai tambah (*value added*). Pentingnya pemahaman terhadap nilai tambah agar dalam setiap aktivitas berproduksi menghindari pemborosan (*waste*). Pemborosan adalah aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah tetapi hanya mengeluarkan biaya lebih tinggi dari aktivitas yang dikeluarkan. Pemahaman terhadap konsep nilai tambah dan pemborosan penting dalam proses produksi agar efisiensi produksi tercapai. Dengan demikian, produksi

dapat dikatakan sebagai suatu aktivitas perusahaan industri berupa penciptaan nilai tambah dari input menjadi output secara efektif dan efisien sehingga produk sebagai output dari proses penciptaan nilai tambah dapat dijual dengan harga yang kompetitif di pasar global (Gaspersz, 2001).

Menurut Sudiyono (2002), terdapat dua cara untuk menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku, dan nilai input lain. Perhitungan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan suatu produk dapat menggunakan Metode Hayami. Kelebihan menggunakan Metode Hayami adalah dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas; dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor produksi; serta prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat diterapkan untuk subsistem lain di luar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran.

Nilai tambah adalah pertambahan nilai komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam proses produksi. Dalam proses pengolahan, nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan biaya bahan baku dan input lain, tidak termasuk tenaga kerja. Sedangkan marjin pemasaran adalah selisih antara nilai produk dengan harga bahan bakunya saja. Dalam marjin ini tercakup komponen faktor produksi yang digunakan yaitu tenaga kerja, input lainnya dan balas jasa pengusaha pengolahan (Sudiyono, 2002). Formulasi nilai tambah dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

K = Kapasitas produksi

B = Bahan baku yang digunakan

T = Tenaga kerja yang digunakan

U = Upah tenaga kerja
 H = Harga output
 h = Harga bahan baku
 L = Nilai input (nilai dari semua korbanan selama proses perlakuan untuk menambah nilai).

Dari formulasi di atas dapat dikonversi rumus nilai tambah sebagai berikut (Sudiyono, 2002):

$$VA = NP - IC$$

Keterangan:

VA : *Value Added* atau nilai tambah pada hasil olahan (bahan baku olahan kopi)
 NP : Nilai Produksi yaitu harga jual dari olahan persatuan bahan baku (bahan baku olahan kopi)
 IC : *Intermediate Cost* yaitu biaya-biaya yang menunjang selama proses produksi selain biaya tenaga kerja (bahan baku olahan kopi)

Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan diperoleh dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Dengan kata lain, nilai tambah menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal dan manajemen.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi bagi penulis untuk menjadi pemanding antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Kajian-kajian penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penelitian terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1	(Aliyah, Gumilar, & Maulina, 2015)	Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung)	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kendala dalam kegiatan produksi dan pemasaran abon ikan di Rumah Abon dan menganalisis strategi bisnis pengembangan abon ikan di Rumah Abon. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan satuan kasusnya adalah usaha Rumah Abon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Abon untuk kondisi saat ini cocok menerapkan strategi agresif. Alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu meningkatkan penguasaan teknologi pengolahan abon untuk meningkatkan produksi dan kualitas produk, meningkatkan kualitas tenaga kerja, menambah kapasitas produksi, meningkatkan modal untuk menambah kapasitas produksi dan meningkatkan kegiatan promosi.
2	(Dita, 2021)	Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Ikan Asin (Studi Kasus: UD. Gudang Asin ATN Lamsyah, Kelurahan Pematang Pasir, Kecamatan Teluk Nibung, Kota Tanjungbalai	Penelitian bertujuan untuk menentukan faktor internal dan eksternal dalam usaha agroindustri ikan asin dan untuk menentukan strategi pengembangan usaha. Analisis data dilakukan dengan cara analisis deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha agroindustri ikan asin di UD Gudang Asin ATN Lamsyah Kelurahan Pematang Pasir berada pada posisi strategi pengembangan kuadran 1 (Strategi Agresif). Strategi Agresif lebih fokus kepada strategi S-O (<i>Strengths-Opportunities</i>) yaitu memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yang menguntungkan.

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
3	(Evalia, 2015)	Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren	Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan agroindustri gula semut aren di Kecamatan Lareh sago halaban. Metode penelitian adalah studi kasus dalam bentuk deskriptif kuantitatif. Teknik pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, IFE/EFE, SWOT dan AHP. Nilai yang diperoleh dari matriks IFE (2,646) dan EFE (2,298). Hasil alternative strategi menggunakan SWOT yaitu Strategi SO:Memperkuat litbang untuk riset pengolahan aren menjadi gula semut yang berkualitas, diversifikasi produk dan kemasan untuk komersialisasi gula semut aren.Strategi WO: Perbaikan sarana dan prasarana produksi gula semut untuk memenuhi standar ekspor dan pendampingan kelembagaan dari dinas-dinas terkait. Strategi ST: pemberian bantuan dana untuk peningkatan produksi gula semut aren, Penetapan kawasan agroteknopark untuk industrialisasi aren, pemberian bantuan berupa teknologi tepat guna dan teknologi packing. Strategi WT:
4	(Palupi, Ira, & Asriyana, 2016)	Strategi Pengembangan Usaha Wanita Nelayan Dalam Mengolah Hasil Perikanan Berbasis Kelompok	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kelayakan finansial serta merumuskan strategi pengembangan usaha bakso ikan di Desa Bubu. Metode penelitian dalam perumusan strategi peningkatan usaha dianalisis menggunakan analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, and threat) dan kelayakan financial menggunakan BC rasio dan payback period. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha bakso ikan di Desa Bubu memiliki prospek yang baik dan layak dikembangkan dilihat dari berbagai aspek yaitu aspek pemasaran, finansial, serta arah pengembangan usaha. Faktor pendukung usaha

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
5	(Rambe, 2018)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi.	bakso ikan yaitu kurangnya persaingan, sarana dan prasarana yang mudah dijangkau, serta pemasaran produk sangat baik karena didukung oleh posisi desa yang strategis. Faktor kelemahan yang menghambat yaitu ketersediaan bahan baku yang termasuk musiman dan dapat diperbaharui dengan cara memperhatikan bahan baku dari daerah lain. Aspek finansial layak dijalankan untuk jangka pendek (kondisi saat ini) dan jangka panjang (10 tahun ke depan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi Pengembangan Usaha Pada Pengrajin Tahu Bandung yang paling tepat sehingga mampu menghadapi persaingan. Menggunakan analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS dapat diidentifikasi faktor-faktor penting baik dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Usaha Pengrajin Tahu Bandung. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini selain akan dianalisis secara kualitatif deskriptif penulis juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Dari hasil analisis didapat strategi pertumbuhan atau growth oriented strategy, strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.
6	(Supriadi, Nugraha, Widayaka, & Rena, 2021)	Analisis Nilai Tambah (Value Added) Usaha Pemasaran Dan Pengolahan Hasil Perikanan Di Kota Cirebon	Penelitian ini bertujuan untuk menghitung besaran nilai tambah (Value Added) usaha pemasaran dan pengolahan hasil perikanan di Kota Cirebon. Metode penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan metode pemilihan responden menggunakan teknik purposive sampling deskriptif.

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
			<p>Besarnya nilai tambah yang diperoleh dari setiap jenis produk dan jenis olahan berbeda nilai tambah yang diperoleh. Hal ini menggambarkan bahwa untuk pengembangan produk jauh lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan hasil perikanan dalam bentuk segar atau utuh. Berdasarkan hasil perhitungan nilai tambah dari 12 jenis olahan produk perikanan yang diteliti terbagi dalam 3 segmen usaha didapatkan nilai tambah rata-rata tertinggi adalah pengolahan hasil perikanan diversifikasi produk sebesar Rp. 2.480.648,82 (53,06%), kemudian diikuti oleh pengolahan hasil perikanan tradisional sebesar Rp.1.484.040,57 (70,29%) dan yang terkecil adalah pemasaran ikan segar sebesar Rp. 12.572,0 (30,87%).</p>
7	(Yulianti, Supriyadi, & Thohidin, 2020)	Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Asin Jambal Roti Pada UD. Sumber Berkah	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) ; 2). Faktor eksternal (peluang dan ancaman) serta 3). Rumusan strategi pengembangan usaha ikan Asin Jambal Roti. Analisis data menggunakan analisis swot, metode penelitian menggunakan survei, desain penelitian survei deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa faktor yaitu faktor internal dan eksternal pada Usaha Ikan Asin Jambal Roti di Desa Pabean Udik yaitu faktor Strengths (Kekuatan) meliputi: Keuletan pemilik. Sumber daya manusia yang berpengalaman. Produk berkualitas. Proses pengolahan tidak rumit. Lokasi usaha yang strategis. Memiliki izin usaha dagang. Faktor Weakness (Kelemahan) meliputi: Keterbatasan modal. Kurangnya promosi produk. Teknologi masih sederhana. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional. Pengadministrasian masih sederhana. Faktor Opportunities (Peluang) meliputi: Dukungan dari pemerintah. Adanya perkembangan teknologi produksi. Jangkauan masih terbuka luas. Permintaan produk tinggi. Produsen ikan asin Jambal Roti masih sedikit. Faktor Threats (Ancaman)</p>

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
8	(Zuliarni, 2017)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Pada Kampung Patin, Kampar, Riau.	<p>meliputi: Duplikasi produk oleh usaha lain. Keterbatasan modal. Limbah buang proses produksi mencemari lingkungan.</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pengolahan ikan Kampung Patin., Kabupaten Kampar, Riau. Analisis data menggunakan metode deskriptif dan kualitatif dengan pendekatan SWOT. Berdasarkan sejumlah faktor lingkungan internal dan eksternal, maka terdapat delapan strategi pengembangan usaha pengolahan ikan Kampung Patin yang penting untuk diimplementasikan, diantaranya pemberdayaan sumber daya manusia, semakin meningkatkan kualitas produk olahan ikan, perluasan jangkauan pemasaran, peningkatan keterkaitan produksi antara Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB), meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, semakin meningkatkan kreatifitas dan keinovatifan pengusaha, mengupayakan pengemasan yang baik, menarik dan inovatif serta meningkatkan jalinan kerjasama antara Kampung Patin dengan Triple Helix sehingga terjadi modernisasi sarana dan teknologi pendukung untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha</p>
9	(Sari, Pranoto, & Purwasih, 2020)	Analisis Usaha Ikan Asin (Studi Kasus Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka)	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usaha pengolahan ikan segar menjadi ikan asin. Tempat dan waktu penelitian dilaksanakan di Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka. Metode penelitian menggunakan metode studi kasus. Metode penarikan contoh menggunakan metode sensus. Metode pengolahan dan analisis data deskriptif kuantitatif dengan metode analisis pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua kelompok skala usaha berdasarkan modal. Skala usaha besar memiliki modal lebih dari 100 juta rupiah</p>

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
10	(Sundari, Kusmayadi, & Umbara, 2017)	Komparasi Nilai Tambah Agroindustri Abon Ikan Lele Dan Ikan Patin Di Tasikmalaya	sedangkan skala usaha kecil dibawah 100 juta rupiah. Masing-masing usaha skala kecil dan skala besar layak untuk diusahakan berdasarkan indikator BEP produksi, BEP harga, BEP penerimaan dan R/C ratio
11	(Simanjuntak, 2016)	Analisis Nilai Tambah Pada Industri Pengolahan Ikan Asin	Ikan merupakan produk yang tidak tahan lama dan memiliki segmen pasar tertentu. Pasar konsumsi seringkali menginginkan ikan segar dengan ukuran tertentu. biasanya makin besar ukuran ikan, nilai jualnya makin turun. Sehingga jika penjual tidak bisa menghabiskan jualannya maka ikan harus dibiarkan hidup dan membutuhkan biaya tambahan untuk pakan dan pemeliharaannya, sedangkan pangasa pasar ikan ukuran besar sangat terbatas. Maka ikan yang kurang laku tersebut diolah menjadi abon ikan dimana di jawa barat produksi abon ikan tidak sebanyak abon sapi yang sudah populer terlebih dahulu. Penelitian ini merupakan studi kasus dan dianalisis dengan metode Hayami. Ikan yang digunakan adalah ikan lele (<i>Clarias sp</i>) dan ikan Patin (<i>Pangasius pangasius</i>). Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui praktek pengolahan dan analisis deskriptif nilai tambah metode Hayami. Hasil: produk abon lele memberikan nilai tambah Rp 14.295,00 rasio nilai tambah 25,53 persen, nilai konversi 0,35. Produk abon patin memberikan nilai tambah Rp 18.295,00. Rasio nilai tambah 29,04 persen dengan nilai konversi 0,35.
			Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis berapa besar nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan ikan menjadi ikan asin (jenis ikan gulama dan ikan kasai) dan pengolahan ikan menjadi ikan kering tawar (jenis ikan cincang rebung dan ikan kasai) serta kendala yang dialami pada industri pengolahan ikan asin di daerah penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis nilai tambah dengan metode

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
12	(Abdurrokhim, 2021)	Peranan Wanita Dalam Agroindustri Ikan Asin Di Kecamatan Menggala dan Kecamatan Menggala Timur	<p>perhitungan Hayami. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut bahwa nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan ikan menjadi ikan asin jenis gulama adalah tinggi, nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan ikan menjadi ikan asin jenis kasai adalah rendah, nilai tambah pengolahan ikan menjadi ikan kering tawar jenis cincang rebung adalah tinggi dan nilai tambah pengolahan ikan menjadi ikan kering tawar jenis kasai adalah tinggi. Kendala yang dihadapi industri pengolahan ikan asin di Kecamatan Sei Lapan adalah cuaca atau iklim, ketersediaan bahan baku dan tenaga kerja.</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui peranan wanita dalam agroindustri ikan asin, menganalisis faktor – faktor yang berhubungan dengan peranan wanita dalam agroindustri ikan asin, mengetahui besar kontribusi pendapatan wanita terhadap pendapatan rumah tangga, dan mengetahui kendala-kendala yang dialami dalam agroindustri ikan asin. Penelitian ini menggunakan analisis sensus dan data dianalisis secara deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: peranan wanita dalam agroindustri ikan asin lebih mendominasi dibanding lakilaki dan pendapatan rata-rata yang diperoleh wanita agroindustri ikan asin sebesar Rp1.475.033,91 per bulan. Faktor – faktor yang terdiri dari umur, tingkat pendidikan, alokasi jam kerja, lama usaha agroindustri, dan motivasi berhubungan nyata dengan peranan wanita dalam agroindustri ikan asin. Kontribusi pendapatan wanita terhadap pendapatan rumahtangga memiliki persentase sebesar 36,37 % dengan</p>

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
			rata-rata pendapatan wanita Rp2.066.700,91 per bulan. Kendala-kendala yang dialami dalam agroindustri ikan asin yaitu permasalahan cuaca dan musim ikan.
13	(Ramli, Setiawan, Santoso, & Mustaniroh, 2019)	Analisis Kelayakan Usaha Dan Nilai Tambah Kerupuk Cumi	Penelitian ini bertujuan untuk melihat kelayakan usaha kerupuk cumi ditinjau dari aspek finansial dan untuk mengetahui besarnya nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan cumi-cumi menjadi kerupuk cumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha kerupuk cumi layak dan prospektif untuk dilaksanakan. Pengelola kerupuk cumi akan memperoleh keuntungan (benefit) yang maksimal, ditunjukkan oleh nilai dari Keuntungan (\square) = 37.597.000,- per bulan; Biaya per unit = Rp. 31.131,- per kg; harga jual per unit = Rp. 36.000,- per kg; BEP atas dasar sales = Rp. 2.160.612.457,-; BEP atas dasar unit = 60.017 kg; R/C Ratio = 1,09 (R/C>1); Rentabilitas = 35,02% (R>14%) NPV = Rp 400.130.569,- (NPV>0); IRR = 27,57% (IRR>14%); Net B/C = 1,58 (Net B/C \square 0); PP = 4,46 tahun/53,5 bulan (PP<10Tahun). Sedangkan berdasarkan analisis nilai tambah, produksi kerupuk cumi memperoleh nilai tambah sebesar Rp 11.231,- per kg dengan rasio nilai tambah 41,60%, imbalan tenaga kerja Rp. 1.500,-per kg dari bahan baku, bagian tenaga kerja 13,36% dari nilai tambah, keuntungan Rp. 9.731,-per kg dan tingkat keuntungan 86,64% dari nilai tambah.
14	(Cahyahati, Murniati, & Abidin, 2020)	Profitabilitas Dan Nilai Tambah Agroindustri Olahan Ikan Lele Di Kecamatan Metro Selatan Kota Metro	Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis besarnya profitabilitas yang didapat dan menganalisis besarnya nilai tambah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode sensus pada tiga agroindustri di Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro. Hasil dari penelitian ini adalah

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
			<p>Agroindustri olahan ikan lele di Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro sudah menguntungkan dan layak dijalankan baik dilihat dari R/C ratio maupun dilihat dari rasio profitabilitas. jika dilihat dari R/C ratio maupun rasio profitabilitas adalah Nilai tambah kedua agroindustri olahan ikan lele positif dan layak untuk dikembangkan. Produk abon lele lebih menguntungkan dibandingkan dengan produk kerupuk tulang lele jika dilihat dari besarnya R/C ratio, rasio profitabilitas maupun nilai tambah yang dihasilkan oleh masing-masing produk.</p>
15	(Hidayati, 2019)	Rancang Bangun Penguatan Kelembagaan Agribisnis Pisang Di Kabupaten Lumajang	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) sistem agribisnis pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang; (2) aliran informasi, aliran produk, dan aliran keuangan agribisnis pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang; (3) nilai tambah agroindustri pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang; (4) strategi rancang bangun penguatan kelembagaan agribisnis pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis nilai tambah, dan analisis TOWS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi rancang bangun penguatan kelembagaan agribisnis pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang didasarkan pada hasil perhitungan EFAS sebesar 3,01 dan IFAS 3,33 sehingga strategi yang digunakan yaitu meningkatkan kemampuan sumber daya manusia petani pisang dalam penguatan kelembagaan agribisnis pisang.</p>
16	(Kharismawanti & Soejono, 2019)	Analisis Ketersediaan Bahan Baku Dan Nilai Tambah Produk Manisan Pada Agroindustri “Rezeki Moro” Di Desa Pesucen Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) tingkat persediaan bahan baku manisan buah pada agroindustri manisan Rezeki Moro, (2) waktu optimal pemesanan kembali bahan baku (3) besarnya nilai tambah buah setelah dijadikan manisan buah. Analisis data menggunakan analisis ketersediaan bahan baku dengan metode EOQ dan ROPserta nilai tambah.</p>

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
			<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan bahan baku pala adalah sebesar 30 kg sedangkan jumlah pemesanan ekonomis dengan metode EOQ adalah sebesar 73 kg. Kebutuhan bahan baku asem adalah sebesar 25 kg sedangkan jumlah pemesanan ekonomis dengan metode EOQ adalah sebesar 32 kg, begitu juga dengan Kebutuhan bahan baku ceremai adalah sebesar 50 kg sedangkan jumlah pemesanan ekonomis dengan metode EOQ adalah sebesar 60 kg. Tingkat pemesanan kembali bahan baku dari semua produk manisan pada Agroindustri Manisan Buah Rezeki Moro adalah efisien, dikarenakan nilai ROP lebih kecil daripada nilai EOQ. Pengolahan manisan pala memberikan nilai tambah sebesar Rp. 98,48,00 (39,39%).</p>
17	(Ismaya, Napitupulu, & Malik, 2015)	Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Sirup Kulit Manis Di Kabupaten Kerinci.	<p>Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan agroindustri sirup kulit manis di Kabupaten Kerinci. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT melalui analisis deskriptif, matriks IFAS dan EFAS, serta matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan faktor-faktor lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan, yaitu modal sendiri, jumlah modal yang terjangkau, lokasi yang strategis, tenaga kerja berpengalaman, harga produk lebih murah dibandingkan produk lain dan bahan baku yang tersedia, serta kelemahan, yaitu masih menggunakan teknologi manual, jumlah tenaga kerja sedikit, sistem upah harian, tenaga kerja dalam keluarga, volume produksi yang berfluktuasi, dan kurangnya manajemen. Untuk lingkungan eksternal terdiri dari peluang, diantaranya tidak ada pesaing sejenis dan pesaing substitusi, jumlah konsumen pedagang stabil, harga pada konsumen akhir dan konsumen pedagang meningkat, ada kebijakan pemerintah,</p>

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
18	(Sulistioningrum, Murniati, & Nugraha, 2022)	Analisis Pengadaan Bahan Baku, Keuntungan, Saluran Pemasaran, Dan Jasa Layangan Pendukung Agroindustri Keripik Singkong Dikelurahan Ganjar Asri Kecamatanmetro Baratkota Metro	penelitian ini bertujuan menganalisis pengadaan bahan baku, keuntungan, saluran pemasaran, dan jasa layanan pendukung pada agroindustri keripik singkong di Kelurahan Ganjar Asri. Penelitian ini menggunakan metode sensus. Lokasi penelitian dilakukan di agroindustri keripik singkong Kelurahan Ganjar Asri Kecamatan Metro Barat Kota Metro, Komponen dari pengadaan bahan baku yang sudah sesuai harapan kelima agroindustri keripik singkong yaitu kuantitas dan jenis, sedangkan komponen lainnyabelum sesuai dengan harapan dari agroindustri. Keuntungan paling tinggi pada agroindustri Matahari sebesar Rp1.412.017,80 dalam satu kali produksi. Kelima agroindustri menghasilkan keuntungan, sehingga layak untuk diusahakan dan dikembangkan. Saluran pemasaranagroindustri keripik singkong terdiri dari tiga saluran pemasaran. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh kelima agroindustri.
19	(Kartika, Prasmatiwi, & Kasymir, 2022)	Analisis Pengadaan Bahan Baku Dan Pendapatan Agroindustri Ikan Asin Teri Di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pengadaan bahan baku sesuai dengan enam tepat dan pendapatan agroindustri ikan asin teri di Kecamatan Kalianda. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei dan informasi yang dikumpulkan berasal dari seluruh populasi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, produksi ikan asin teri terdiri dari lima tahap yaitu pembelian bahan baku, perebusan dan penggaraman, penjemuran setelah perebusan, sortir dan pengemasan. Pada musim angin barat, pengadaan bahan baku belum tepat waktu dan tidak tepat kuantitas, karena rendahnya produksi ikan asin teri. Pada saat musim angin timur dan angin normal, pengadaan bahan baku sudah sesuai Komponen kriteria 6 Tepat yang sesuai harapan pemilik agroindustri. Usaha pengolahan ikan asin teri per produksi dan per

Tabel 5. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
20	(Hastiti, 2021)	Strategi Pemasaran Agroindustri Tempe Di Kelurahan Tompobalang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi Kasus Ud. Arum Swadaya)	<p data-bbox="1128 408 2002 536">musim saat angin barat kurang menguntungkan, karena mengalami kerugian, sedangkan di musim angin timur dan normal sudah menguntungkan. Keuntungan tertinggi terjadi saat musim angintimur, karena bahan baku melimpah.</p> <p data-bbox="1128 576 2002 1216">Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal, eksternal, dan strategi dalam pemasaran agroindustri tempe UD. Arsy di Kelurahan Tompobalang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT. Dari hasil identifikasi faktor internal, terdapat kekuatan dan kelemahan. Kekuatan strategi pemasaran tempe UD. Arsy adalah tempe sangat diminati masyarakat, kelemahannya adalah produk tempe mudah rusak dan kemasan produk masih tradisional. Dari hasil identifikasi faktor eksternal, terdapat peluang dan ancaman. Peluang pada strategi pemasaran tempe UD. Arsy adalah adanya perkembangan teknologi, permintaan tempe meningkat pada saat harga ikan naik, dan bahan baku yang selalu tersedia. Sedangkan ancamannya yaitu fluktuasi harga bahan baku, adanya tempe dari daerah lain, dan fluktuasi permintaan pasar. Strategi pemasaran tempe UD. Arsy yaitu 1) Menjaga agar bahan baku tetap tersedia 2) Memperbaiki mutu produk agar tidak mudah rusak 3) Memperbaiki mutu kemasan produk 4) Mempertahankan kontinuitas produksi untuk mengembangkan produk 5) Memperluas saluran pemasaran dengan memanfaatkan hubungan kerjasama yang baik dengan distributor 6) Melakukan promosi secara kontinu kepada konsumen.</p>

C. Kerangka Pemikiran

Kabupaten Tulang Bawang memiliki potensi yang besar sebagai daerah dengan produksi perikanan tangkap dan budidaya di Provinsi Lampung. Kabupaten Tulang Bawang merupakan wilayah yang memiliki industri yang bergerak di bidang pengolahan komoditas perikanan yaitu salah satunya pengolahan ikan asin air tawar. Peranan pelaku usaha ikan asin air tawar dapat sebagai penopang perekonomian dengan meningkatkan pendapatan masyarakat serta mampu berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja daerah sehingga usaha ini harus lebih dikembangkan.

Pengembangan usaha perlu memperhatikan beberapa kegiatan yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran. Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting dan menjadi faktor utama dalam aktivitas proses produksi. Manajemen yang baik dibutuhkan ketika proses pengadaan bahan baku sehingga memenuhi kriteria enam tepat (Assauri, 1999). Enam komponen kriteria tepat pada pengadaan bahan baku ikan asin air tawar berupa waktu, tempat, kualitas, kuantitas, jenis, serta harga. Ketersediaan bahan baku yang tepat dapat mempengaruhi efektifitas sistem kerja pelaku usaha terutama bagian pengolahan. Kegiatan pengadaan bahan baku dilakukan untuk kelancaran kegiatan proses produksi, karena tanpa adanya bahan baku maka pelaku usaha tidak dapat melakukan kegiatan produksi. Bahan baku pada penelitian ini berupa ikan segar yang digunakan untuk kegiatan proses produksi ikan asin air tawar.

Pengolahan ikan asin air tawar merupakan salah satu cara meningkatkan nilai tambah pada komoditas perikanan sehingga ikan asin air tawar memiliki nilai jual yang lebih tinggi daripada ikan segar yang tidak dilakukan pengolahan. Pelaku usaha pengolahan ikan asin air tawar mampu memberikan nilai tambah. Input yang menyebabkan terjadinya nilai tambah dari suatu produk dapat dilihat dari adanya atau tidaknya perubahan-perubahan pada komoditas yang diolah tersebut, yaitu perubahan bentuk, tempat, dan waktu. Pelaku usaha ikan

asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang merupakan bentuk industri bidang usaha yang strategi untuk dikembangkan.

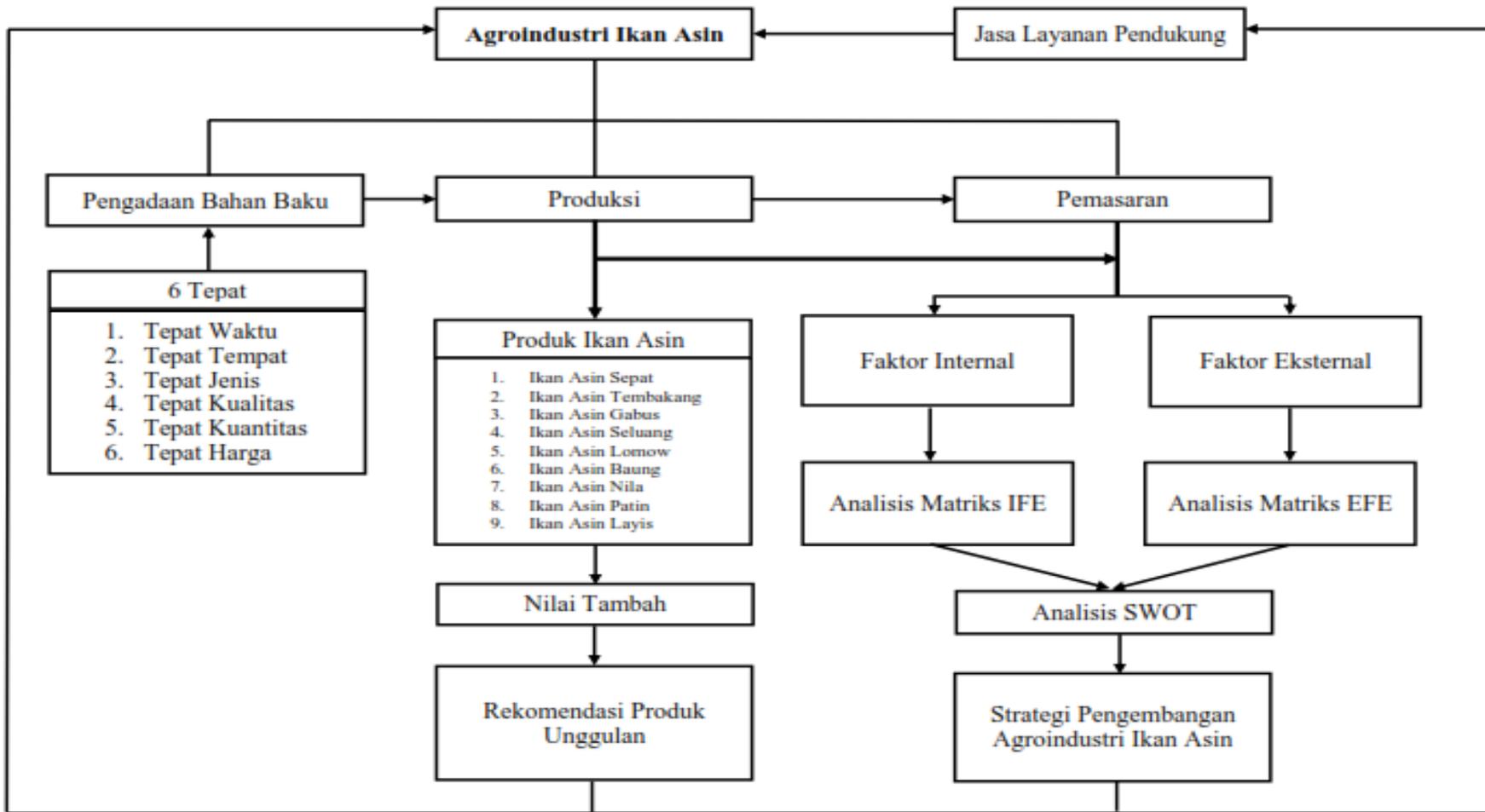
Pengembangan sistem agribisnis perlu diawali dengan merumuskan visi dan misi bisnis, identifikasi lingkungan internal maupun eksternal. Visi dan misi bisnis dilakukan untuk mengetahui tujuan dari bisnis yang dilakukan. Proses perumusan strategi dirancang untuk mengarahkan para pelaku usaha pelaku usaha ikan asin air tawar dalam mencapai tujuan. Penentuan strategi yang cocok atau tepat harus dimulai dengan mengidentifikasi, menganalisis dan mendiagnosa kesempatan-kesempatan dan risiko-risiko yang ada dalam lingkungan. Ini penting agar pelaku usaha mampu menghadapi situasi dan kondisi lingkungan pelaku usaha yang selalu berubah-ubah.

Identifikasi lingkungan internal dan eksternal perlu dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang dianggap berpotensi untuk terjadi dan mempengaruhi setiap subsistem agribisnis. Analisis internal kekuatan meliputi potensi produksi jenis ikan lokal cukup tinggi, minat masyarakat terhadap produk perikanan cukup tinggi, rantai pemasaran produk perikanan relatif pendek, kualitas produk ikan sesuai dengan kebutuhan, dan ketersediaan SDM pemasaran cukup tinggi. Analisis internal kelemahan meliputi kontinuitas produksi ikan lokal belum stabil, biaya pemasaran produksi perikanan cukup besar, sistem promosi produksi perikanan belum berkelanjutan, teknologi informasi yang digunakan dalam pemasaran produksi ikan asin air tawar masih sederhana, dan kualitas sumberdaya manusia pelaku pemasaran masih rendah. Analisis eksternal peluang meliputi lingkungan umum di luar pelaku usaha meliputi permintaan terhadap hasil perikanan sangat potensial, peran dan dukungan pemerintah dalam meningkatkan pemasaran produksi perikanan cukup kuat, kemudahan dalam memasarkan hasil tangkapan, teknologi informasi dan jejaring pemasaran produksi perikanan cukup luas, harga produksi perikanan cukup stabil. Analisis eksternal ancaman tingkat persaingan produk hasil perikanan cukup tinggi, kecenderungan daya beli agen pemasaran menurun, pengaruh iklim dan cuaca terhadap ketersediaan pasokan bahan

baku, produk hasil perikanan mengalami fluktuasi, dan produk perikanan dari luar bebas masuk ke pasar lokal.

Langkah selanjutnya adalah memasukkan faktor-faktor internal dan eksternal tersebut ke dalam matrik SWOT. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh pelaku usaha dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik SWOT ini akan menghasilkan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang. Dari beberapa alternatif strategi tersebut perlu dilakukan penilaian atau evaluasi untuk memutuskan prioritas strategi yang dapat dilaksanakan.

Begitu banyaknya potensi yang dimiliki diharapkan pelaku usaha ikan asin air tawar mendapat perhatian lebih dari semua pihak. Seluruh kegiatan akan berjalan lebih efektif apabila didukung dengan adanya peran jasa layanan pendukung. Oleh sebab itu, hal ini menuntut pelaku usaha untuk membuat strategi yang mampu membawa pelaku usaha ikan asin air tawar tetap eksis dan mampu menghadapi persaingan. Agar pelaku usaha ikan asin air tawar ini dapat terus berlangsung maka diperlukan langkah-langkah atau strategi pengembangan pemasaran.



Gambar 2. Kerangka pemikiran studi pengembangan pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang

III. METODE PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data dan melakukan analisis sehubungan dengan menjawab tujuan penelitian. Konsep dasar dan definisi operasional pada penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Komponen pengadaan bahan baku dalam pelaku usaha ikan asin air tawar berupa waktu, tempat, kualitas, kuantitas, jenis dan harga.
- 2) Nilai tambah (*Value Added*) merupakan nilai produksi hasil olahan persatuan bahan baku (per Kg) setelah dikurangi biaya-biaya yang menunjang dalam proses produksi selain biaya tenaga kerja yang dinyatakan dalam satuan rupiah per Kg bahan baku.
- 3) Tenaga kerja pelaku usaha merupakan tenaga kerja borongan dimana pembagian hasil menurut upah atas satuan hasil kerja berdasarkan produk yang dapat dihasilkan.
- 4) Nilai produksi adalah nilai penjualan hasil produksi pengolahan ikan asin air tawar yang dinyatakan dalam satuan rupiah per Kg bahan baku.
- 5) Biaya variabel adalah biaya-biaya yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan produksi berbagai tahapan pengolahan ikan asin air tawar, misalnya biaya pembelian bahan baku, bahan tambahan, bahan pengemasan, pengangkutan, upah tenaga kerja, dan biaya pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah per proses produksi per Kg bahan baku.
- 6) Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak bergantung pada besar kecilnya kuantitas pengolahan ikan asin air tawar yang dihasilkan. Biaya yang diperhitungkan sebagai biaya tetap adalah biaya penyusutan sarana

produksi yang dinyatakan dalam satuan rupiah per proses produksi per Kg bahan baku.

- 7) Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan pelaku usaha selama proses produksi, yaitu biaya tetap dan biaya variabel yang dinyatakan dalam satuan rupiah per proses produksi per kg bahan baku.
- 8) Proses produksi ikan asin air tawar adalah kegiatan mengolah bahan baku berupa ikan segar menjadi produk olahan untuk menciptakan nilai tambah produk dan memenuhi kebutuhan hidup pelaku usaha.
- 9) Analisis internal (kekuatan dan kelemahan) pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin air tawar terkait dengan Potensi wilayah budidaya perikanan di Kabupaten Tulang Bawang cukup luas , kuantitas produk ikan laut melimpah, budaya masyarakat mengkonsumsi ikan cukup kuat, Kemampuan dasar mengolah ikan asin sudah dimiliki masyarakat, emandirian nelayan tangkap perairan umum cukup baik, Potensi lahan budidaya dan penangkapan perairan Sungai Tulang Bawang, produksi ikan tangkap perairan umum menurun, terutama jenis ikan lokal seperti jelabat, ketibung, dsb, Kualitas SDM pengolah ikan asin masih rendah, Teknologi dan prasarana produksi perikanan tangkap Sungai Tulang Bawang kurang memadai, dan Aksesibilitas (harga, tempat, waktu) tangkap ikan di Sungai Tulang Bawang masih rendah, sehingga kontinuitas produksi (dari sisi kuantitas) belum terjamin.
- 10) Analisis eksternal (peluang dan ancaman) pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin air tawar terkait dengan permintaan hasil perikanan di pasar nasional dan internasional cenderung meningkat, potensi pasar hasil ikan jenis lokal cukup besar, dukungan pemerintah/pemerintah daerah dalam pengembangan produksi perikanan cukup kuat, pengembangan produk olahan ikan konsumsi terbuka luas, aksesibilitas teknologi budidaya dan pengolahan produksi perikanan cukup baik teknik penangkapan ikan tidak selektif, iklim dan cuaca yang tidak menentu, penurunan daya beli masyarakat sebagai konsumen potensial, dan persepsi konsumen terhadap berbagai jenis produk perikanan kurang baik.

- 11) Analisis internal (kekuatan dan kelemahan) pengembangan pemasaran usaha ikan asin air tawar terkait dengan potensi produksi jenis ikan lokal cukup tinggi, minat masyarakat terhadap produk perikanan cukup tinggi, rantai pemasaran produk perikanan relatif pendek, kualitas produk ikan sesuai dengan kebutuhan, ketersediaan SDM pemasaran cukup tinggi, Kontinuitas produksi ikan lokal belum stabil, biaya pemasaran produksi perikanan cukup besar, sistem promosi produksi perikanan belum berkelanjutan, teknologi informasi yang digunakan dalam pemasaran produksi ikan asin air tawar masih sederhana, dan kualitas sumberdaya manusia pelaku pemasaran masih rendah.
- 12) Analisis eksternal (peluang dan ancaman) pengembangan pemasaran usaha ikan asin air tawar terkait dengan lingkungan umum di luar usaha meliputi permintaan terhadap hasil perikanan sangat potensial, peran dan dukungan pemerintah dalam meningkatkan pemasaran produksi perikanan cukup kuat, kemudahan dalam memasarkan hasil tangkapan, teknologi informasi dan jejaring pemasaran produksi perikanan cukup luas, harga produksi perikanan cukup stabil, tingkat persaingan produk hasil perikanan cukup tinggi, kecenderungan daya beli agen pemasaran menurun, pengaruh iklim dan cuaca terhadap ketersediaan pasokan bahan baku, produk hasil perikanan mengalami fluktuasi, dan produk perikanan dari luar bebas masuk ke pasar lokal.
- 13) Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam melakukan kegiatan usaha dengan mengacu pada kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri ikan asin air tawar dan merancang alternatif yang digunakan.
- 14) Strategi adalah langkah-langkah bagi pengembangan pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang dalam jangka waktu pendek dan panjang.
- 15) Jasa Layanan Pendukung adalah sarana yang digunakan untuk mendukung dalam kegiatan produksi ikan asin air tawar. Sehingga proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien. Jasa layanan pendukung juga diperlukan dengan tujuan untuk membantu usaha agar dapat bersaing dengan sehat dan

mengedepankan hasil yang berkualitas. Jasa layanan pendukung dapat berupa bank, koperasi, pegadaian, lembaga penyuluhan perikanan, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, kebijakan pemerintah, dan pasar.

B. Metode, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan mengenai gambaran fenomena sosial masyarakat dalam mengolah ikan di Kabupaten Tulang Bawang. Hal ini terkait dengan definisi pendekatan metode deskriptif yang menunjukkan sebuah situasi suatu benda dengan jelas tanpa mempengaruhi objek yang menjadi fokus penelitiannya (Jauhari, 2010).

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Tulang Bawang. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*Purposive*), hal ini dilakukan dengan pertimbangan pelaku usaha ikan asin air tawar di Kecamatan Menggala, Kecamatan Menggala Timur, dan Kecamatan Dente Teladas merupakan sentra pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang, sedangkan seperti yang terlihat pada Tabel 3 kenyataannya masih sedikit jumlah pengolah produk ikan asin air tawar yang ada dengan potensi bahan baku yang berlimpah. Kawasan dengan keadaan geografi yang didominasi oleh rawa dan dipinggiran Sungai Tulang Bawang ini membuat masyarakat sekitarnya pekerjaannya didominasi sebagai nelayan penangkap ikan. Pengumpulan data dan pengamatan lapangan dilakukan dari Desember 2022-Februari 2023.

C. Populasi dan Responden Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pengolah ikan asin air tawar yang ada di Kabupaten Tulang Bawang. Menurut Sugiyono (2016), metode sensus merupakan suatu teknik penentuan sampel yang apabila seluruh populasi digunakan sebagai responden dalam penelitian. Hal tersebut sering dilakukan

apabila total populasi penelitian relatif kecil. Berdasarkan hasil survei lokasi yang telah dilakukan dan berdasarkan data Buku Saku Pendataan Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklahsar) Produk Perikanan Dinas Perikanan Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2021, kegiatan pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang terdapat sebanyak 37 pelaku usaha, sebanyak 18 pelaku usaha di Kecamatan Menggala Timur, sebanyak 15 pelaku usaha di Kecamatan Menggala, dan sebanyak 4 pelaku usaha di Kecamatan Dente Teladas.

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, antara lain:

1) Data Primer

Sumber data primer (sumber tangan pertama), yaitu sumber data yang langsung diberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016). Sumber data primer dalam hal ini adalah hasil wawancara dengan responden pengolah ikan asin air tawar Kecamatan Menggala, Kecamatan Menggala Timur, dan Kecamatan Dente Teladas, Kabupaten Tulang Bawang.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder (sumber tangan kedua), yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain, atau lewat dokumen (Sugiyono, 2016). Data sekunder digunakan untuk menunjang dan mendukung proses penelitian dalam fakta yang sebenarnya. Data sekunder juga digunakan untuk memenuhi informasi dalam proses mencocokkan informasi. Data sekunder penelitian diperoleh dari perpustakaan, laporan, buku, jurnal, artikel, surat kabar, dokumen-dokumen, dan lain-lain.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi merupakan proses pengumpulan data secara langsung di lapangan untuk mengamati gejala-gejala yang diselidiki agar mendapatkan gambaran yang nyata. Wawancara adalah metode dalam memperoleh data dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang terstruktur secara mendalam

(*indepth interview*) kepada responden, serta melakukan pengumpulan data secara langsung dari semua dokumen-dokumen yang berkenaan dengan pengolahan ikan asin air tawar.

E. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Tujuan pertama penelitian ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif analisis 6 Tepat, tujuan kedua menggunakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif analisis nilai tambah metode Hayami, tujuan keempat dan kelima menggunakan deskriptif kuantitatif analisis SWOT, serta tujuan ketiga dan tujuan keenam menggunakan deskriptif.

1. Tujuan Pertama

Pada tujuan pertama digunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui pengadaan bahan baku ikan asin air tawar dalam memenuhi prinsip kriteria 6 tepat pada pelaku usaha ikan asin air tawar berupa pelaksanaan enam tepat yaitu tepat (waktu, tempat, jenis, kualitas, kuantitas, dan harga) pada setiap musim (Assauri, 1999). Penggunaan metode 6 Tepat sama seperti yang dilakukan oleh Kartika dkk (2022). Selain itu, analisis 6 tepat pada penelitian ini juga sama seperti yang dilakukan oleh Sulistioningrum dkk. (2022) Penilaian pada indikator harapan setiap kriteria dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Penilaian pada indikator harapan setiap kriteria pada komponen 6 Tepat

6 Tepat	Indikator Harapan	Skor Penilaian		
		Tepat (3)	Kurang Tepat (2)	Tidak Tepat (1)
Tepat Waktu	Ikan segar tersedia dan terpenuhi setiap hari.	Apabila semua indikator harapan terpenuhi	Apabila hanya satu/dua indikator harapan yang terpenuhi I	Apabila tidak ada indikator yang terpenuhi
Tepat Tempat	Mudah dijangkau berbagai alat transportasi, letak strategis dan tempat yang nyaman.	Apabila semua indikator harapan terpenuhi	Apabila hanya satu/dua indikator harapan yang terpenuhi	Apabila tidak ada indikator yang terpenuhi

Tabel 6. Lanjutan

6 Tepat	Indikator Harapan	Skor Penilaian		
		Tepat (3)	Kurang Tepat (2)	Tidak Tepat (1)
Tepat Jenis	Jenis-jenis ikan selalu tersedia dan sesuai dengan permintaan	Apabila semua indikator harapan terpenuhi	Apabila hanya satu/dua indikator harapan yang terpenuhi	Apabila tidak ada indikator yang terpenuhi
Tepat Kualitas	Warna kulit terang, jernih dan masih kuat membungkus tubuh, mata tampak terang jernih menonjol, daging kenyal dan berbau segar.	Apabila semua indikator harapan terpenuhi	Apabila hanya satu/dua indikator harapan yang terpenuhi	Apabila tidak ada indikator yang terpenuhi
Tepat Kuantitas	Jumlah sesuai kapasitas dan target produksi dan ketersediaan berkesinambungan	Apabila semua indikator harapan terpenuhi	Apabila hanya satu/dua indikator harapan yang terpenuhi	Apabila tidak ada indikator yang terpenuhi
Tepat Harga	Harga mampu menghasilkan nilai tambah	Apabila harga yang dibeli sesuai dengan batas maksimum yang ditetapkan pelaku usaha pada musim tertentu	Apabila harga yang dibeli terkadang sesuai dan tidak sesuai batas maksimum yang ditetapkan pelaku usaha pada musim tertentu	Apabila harga yang dibeli tidak sesuai dengan batas maksimum yang ditetapkan pelaku usaha pada musim tertentu

2. Tujuan Kedua

Menjawab tujuan kedua menggunakan Metode (Hayami, 1987). Tahap analisa nilai tambah merupakan tahap penilaian terhadap data dan informasi yang diperoleh berdasarkan pada pendekatan, prinsip, metode dan teknik analisa sesuai dengan output yang diinginkan. Analisa nilai tambah pada pelaku usaha ikan asin air tawar dilakukan terhadap kondisi musim penghujan dan musim kemarau. Melakukan analisis nilai tambah pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Metode Hayami (1987) yang dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Prosedur perhitungan nilai tambah ikan asin air tawar dengan Metode Hayami

No	Variabel	Nilai	Satuan
Output, Input, Harga			
1	Output	(1)	(Kg/siklus produksi)
2	Input	(2)	(Kg/siklus produksi)
3	Tenaga Kerja Langsung	(3)	(HOK)
4	Faktor Konvensi	$(4) = (1)/(2)$	(Kg/siklus produksi)
5	Koefisien Tenaga Kerja	$(5) = (3)/(2)$	(HOK/Kg)
6	Harga Output	(6)	(Rp/Kg)
7	Upah Tenaga Kerja	(7)	(Rp/HOK)
Penerimaan dan Keuntungan (per kg bahan baku)			
8	Nilai Bahan Baku	(8)	(Rp/Kg)
9	Harga Input Lain	(9)	(Rp/Kg)
10	Nilai Ikan asin air tawar	$(10) = (4) \times (6)$	(Rp/Kg)
11	a. Nilai Tambah	$(11a) = (10) - (8) - (9)$	(Rp/Kg)
	b. Rasio Nilai Tambah	$(11b) = (11a)/(10) \times 100\%$	(%)
12	a. Imbalan Tenaga Kerja	$(12a) = (5) \times (7)$	(Rp/Kg)
	b. Bagian Tenaga Kerja	$(12b) = (12a/11a) \times 100\%$	(%)
13	a. Keuntungan	$(13a) = (11a) - (12a)$	(Rp/Kg)
	b. Tingkat Keuntungan 5	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$	(%)
Balas Jasa Terhadap Faktor Produksi			
14	Margin	$(14) = (10) - (8)$	
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	$(14a) = (12)/(14) \times 100\%$	(%)
	b. Sumbangan Input Lain	$(14b) = (9)/(14) \times 100\%$	(%)
	c. Keuntungan Perusahaan	$(14c) = (13a)/(14) \times 100\%$	(%)

Sumber: (Hayami, 1987)

Berdasarkan pada hasil perhitungan nilai tambah kemudian perlu diperhatikan pada kriteria pengambilan keputusan berikut:

- a) Apabila nilai tambah > 0 artinya usaha ikan asin air tawar memberikan nilai tambah yang positif
- b) Apabila nilai tambah < 0 artinya usaha ikan asin air tawar memberikan nilai tambah yang negatif

3. Tujuan Ketiga

Menurut Sugiyono (2016), analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan atau memberikan suatu gambaran terhadap objek yang diteliti. Penyajian data ini dimaksudkan untuk mengungkapkan informasi penting terkait produk ikan asin air tawar yang menjadi rekomendasi produk unggulan pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang yang terdapat dalam data hasil analisis nilai tambah ke dalam

bentuk yang lebih ringkas dan sederhana yang pada akhirnya mengarah pada keperluan adanya penjelasan dan penafsiran.

4. Tujuan Keempat

Menjawab tujuan keempat menggunakan Analisis SWOT yang merupakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif Analisis SWOT yang merupakan analisis kualitatif yang dilaksanakan dengan mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal dalam hal ini adalah *Strength* (kekuatan atau potensi) dan *Weakness* (kelemahan atau kendala). Faktor eksternal terdiri dari *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman). Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh pandangan dasar mengenai strategi yang diperlukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu, dalam hal ini pengkajian tentang upaya-upaya apa saja yang dapat dijadikan solusi alternatif dalam pengembangan produksi hasil ikan konsumsi. Indikator internal dan eksternal pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Identifikasi Faktor Kunci Internal (*Key internal factors*)

Pada tahap ini dilakukan analisis internal untuk mengidentifikasi kekuatan, dan kelemahan pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.

Kekuatan internal yang ada dalam meliputi:

- a) Potensi wilayah budidaya perikanan di Kabupaten Tulang Bawang cukup luas .
- b) Kuantitas ikan melimpah di sungai dan rawa .
- c) Budaya masyarakat mengkonsumsi ikan cukup kuat.
- d) Kemampuan dasar mengolah ikan asin sudah dimiliki masyarakat.
- e) Kemandirian nelayan tangkap perairan Sungai Tulang Bawang cukup baik.

Kelemahan internal yang ada dalam meliputi:

- a) Potensi lahan budidaya dan penangkapan perairan Sungai Tulang Bawang.
- b) Produksi ikan tangkap perairan Sungai Tulang Bawang menurun, terutama jenis ikan lokal seperti jelabat, lais, dsb.

- c) Kualitas SDM pengolah ikan asin masih rendah.
- d) Teknologi dan prasarana produksi perikanan tangkap Sungai Tulang Bawang kurang memadai
- e) Aksesibilitas (harga, tempat, waktu) tangkap ikan di Sungai Tulang Bawang masih rendah, sehingga kontinuitas produksi (dari sisi kuantitas) belum terjamin.

2) Identifikasi Faktor Kunci Eksternal (*Key External faktor*)

Pada tahap ini dilakukan analisis eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.

Peluang yang ada meliputi:

- a) Permintaan hasil perikanan di pasar nasional dan internasional cenderung meningkat.
- b) Potensi pasar hasil ikan jenis lokal cukup besar di Kabupaten Tulang Bawang.
- c) Dukungan pemerintah/pemerintah Kabupaten Tulang Bawang dalam pengembangan produksi perikanan cukup kuat.
- d) Pengembangan produk olahan ikan konsumsi terbuka luas.
- e) Aksesibilitas teknologi budidaya dan pengolahan produksi perikanan cukup baik.

Ancaman yang ada meliputi:

- a) Teknik penangkapan ikan di Sungai Tulang Bawang tidak selektif.
- b) Iklim dan cuaca yang tidak menentu.
- c) Penurunan daya beli masyarakat Kabupaten Tulang Bawang sebagai konsumen potensial.
- d) Persepsi konsumen terhadap produk ikan asin kurang baik.

3) Pemberian Bobot (Weights)

Setelah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam matriks IFE dan peluang dan ancaman dalam matriks EFE, selanjutnya menetapkan bobot (yang menunjukkan derajat kepentingan atau faktor yang menjadi kunci sukses bisnis perusahaan) yang berkisar antara angka 0,00 sampai dengan 1,00 untuk setiap faktor. Angka nol berarti tidak penting sedangkan

angka satu menunjukkan sangat penting. Faktor dengan derajat kepentingan terbesar harus diberi bobot tertinggi. Setelah menetapkan bobot pada masing-masing faktor maka perlu dipastikan bahwa jumlah dari semua bobot harus sama dengan 1,00. Pembobotan menggunakan metode paired comparison.

4) Penetapan Skala

Skala rating dapat sesuai preferensi yang dikehendaki oleh peneliti. Pada penelitian ini menggunakan rating pada skala dari 1 sampai 4. Dengan kriteria untuk 1 berarti tidak baik, 2 kurang baik, 3 baik dan 4 sangat baik. Penetapan skala tidak baku seperti contoh tersebut namun bias disesuaikan dengan obyek yang akan dinilai secara lebih fleksibel.

5) Kalkulasi Bobot dan Skala

Setelah matriks IFE dan EFE terbentuk (faktor bobot dan skala telah ditetapkan) serta langkah selanjutnya adalah mengalikan komponen bobot dan skala penilaian.

6) Menjumlahkan Bobot dengan Skala Penilaian

Langkah terakhir dalam membangun matriks IFE dan EFE adalah untuk menjumlahkan nilai tertimbang untuk masing-masing faktor. Hasil dari tahap ini adalah skor akhir. Matrik IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 8 dan Tabel 9.

Tabel 8. Analisis matriks IFE pengembangan produksi usaha ikan asin air tawar

No	Faktor Internal	Nilai (b)	Rangking (r)	Skoring (b x r)
A. Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1)	Potensi wilayah budidaya perikanan di Kabupaten Tulang Bawang cukup luas .			
2)	Kuantitas ikan melimpah di sungai dan rawa .			
3)	Budaya masyarakat Tulang Bawang mengkonsumsi ikan cukup kuat.			
4)	Kemampuan dasar mengolah ikan asin sudah dimiliki masyarakat Tulang Bawang.			
5)	Kemandirian nelayan tangkap perairan sungai Tulang Bawang cukup baik.			
Jumlah				

Tabel 8. Lanjutan

B. Kelemahan (<i>Weakness</i>)	
1)	Potensi lahan budidaya dan penangkapan perairan Sungai Tulang Bawang.
2)	Produksi ikan tangkap perairan umum menurun, terutama jenis ikan lokal seperti jelabat, ketibung, dsb.
3)	Kualitas SDM pengolah ikan asin masih rendah.
4)	Teknologi dan prasarana produksi perikanan tangkap di Sungai Tulang Bawang kurang memadai
5)	Aksesibilitas (harga, tempat, waktu) tangkap ikan di Sungai Tulang Bawang masih rendah, sehingga kontinuitas produksi (dari sisi kuantitas) belum terjamin.
Jumlah	
Total	

Tabel 9. Analisis matriks EFE pengembangan produksi usaha ikan asin air tawar

No	Faktor Eksternal	Nilai (b)	Rangking (r)	Skoring (b x r)
A. Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1)	Permintaan hasil ikan air tawar di pasar nasional dan internasional.			
2)	Potensi pasar hasil ikan jenis lokal cukup besar di Kabupaten Tulang Bawang.			
3)	Dukungan pemerintah/pemerintah Kabupaten Tulang Bawang dalam pengembangan produksi perikanan cukup kuat.			
4)	Pengembangan produk olahan ikan konsumsi terbuka luas.			
5)	Aksesibilitas teknologi budidaya dan pengolahan produksi ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang cukup baik.			
Jumlah				
B. Ancaman (<i>Threats</i>)				
1)	Teknik penangkapan ikan di Sungai Tulang Bawang tidak selektif.			
2)	Iklm dan cuaca yang tidak menentu.			
3)	Penurunan daya beli masyarakat Kabupaten Tulang Bawang sebagai konsumen potensial.			
4)	Persepsi konsumen terhadap produk ikan asin kurang baik.			
Jumlah				
Total				

6) Penentuan Strategi

Menurut Rangkuti (2009), kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses). Kombinasi faktor internal dengan faktor eksternal yaitu :

a) Strategi S-O (Strengths Opportunities)

Strategi S-O merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pemikiran objek, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi S-T (Strengths Threats)

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.

c) Strategi W-O (Weaknesses Opportunities)

Strategi W-O ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengancara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi W-T (Weaknesses Threats)

Strategi W-T didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Analisis matriks SWOT bertujuan menentukan strategi alternatif pengembangan produksi usaha. Selain itu, matriks ini bermanfaat untuk mendalami faktor-faktor strategis yang sigap dengan perkembangan usaha di lapangan, serta dapat menggambarkan secara jelas peluang yang harus diraih, ancaman yang harus dihindari, serta besarnya kekuatan dan adanya kelemahan yang harus disesuaikan guna mendapatkan formulasi strategi pengembangan usaha (Rangkuti, 2009). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 10. Matriks SWOT

	Faktor Internal (IFAS)	<i>Srengths</i> (S) Faktor kekuatan Internal	<i>Weaknes</i> (W) Faktor kelemahan internal
Faktor Eksternal (EFAS)			
<i>Opportunities</i> (O) Faktor peluang eksternal		Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Treaths</i> (T) Faktor ancaman eksternal		Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan yang menghindari ancaman

Sumber: (Rangkuti, 2009)

5. Tujuan Kelima

Menjawab tujuan kelima menggunakan Analisis SWOT yang merupakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan dengan mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal dalam hal ini adalah *Strength* (kekuatan atau potensi) dan *Weakness* (kelemahan atau kendala). Faktor eksternal terdiri dari *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman). Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh pandangan dasar mengenai strategi yang diperlukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu, dalam hal ini pengkajian tentang upaya-upaya apa saja yang dapat dijadikan solusi alternatif dalam pengembangan pemasaran produksi ikan asin air tawar agar tetap bisa terus diusahakan. Indikator internal dan eksternal pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Identifikasi Faktor Kunci Internal (*Key internal factors*)

Pada tahap ini dilakukan analisis internal untuk mengidentifikasi kekuatan, dan kelemahan pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang.

Kekuatan-kekuatan yang ada dalam meliputi:

- a) Potensi produksi jenis ikan lokal di Kabupaten Tulang Bawang cukup tinggi.

- b) Minat masyarakat Kabupaten Tulang Bawang terhadap produk ikan asin cukup tinggi.
- c) Rantai pemasaran produk ikan asin relatif pendek.
- d) Kualitas produk ikan asin sesuai dengan kebutuhan
- e) Ketersediaan sumberdaya manusia pemasaran cukup tinggi.

Kelemahan yang ada dalam meliputi:

- a) Kontinuitas produksi ikan lokal Kabupaten Tulang Bawang belum stabil.
- b) Biaya pemasaran produksi ikan asin cukup besar.
- c) Sistem promosi produk ikan asin belum berkelanjutan.
- d) Teknologi informasi yang digunakan dalam pemasaran produk ikan asin masih sederhana.
- e) Kualitas sumberdaya manusia pelaku pemasaran masih rendah.

2) Identifikasi Faktor Kunci Eksternal (*Key External faktor*)

Pada tahap ini dilakukan analisis internal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang bawang.

Peluang yang ada meliputi:

- a) Permintaan (*market demand*) terhadap produk hasil perikanan Kabupaten Tulang Bawang sangat potensial.
- b) Peran dan dukungan pemerintah Tulang Bawang dalam peningkatan pemasaran produk perikanan cukup kuat.
- c) Kemudahan dalam memasarkan hasil ikan Sungai Tulang Bawang.
- d) Teknologi informasi dan jejaring pemasaran produk perikanan cukup luas.
- e) Harga produksi produk perikanan cukup stabil.

Ancaman yang ada meliputi:

- a) Tingkat persaingan produk hasil perikanan di Kabupaten Tulang Bawang cukup tinggi.
- b) Kecenderungan daya beli agen pemasaran produk ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang menurun.

- c) Pengaruh iklim dan cuaca terhadap ketersediaan pasokan bahan baku ikan.
- d) Produksi hasil olahan ikan asin mengalami fluktuasi.
- e) Produk perikanan dari luar bebas masuk ke pasar lokal.

3) Pemberian Bobot (Weights)

Setelah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam matriks IFE dan peluang dan ancaman dalam matriks EFE, selanjutnya menetapkan bobot (yang menunjukkan derajat kepentingan atau faktor yang menjadi kunci sukses bisnis perusahaan) yang berkisar antara angka 0,00 sampai dengan 1,00 untuk setiap faktor. Angka nol berarti tidak penting sedangkan angka satu menunjukkan sangat penting. Faktor dengan derajat kepentingan terbesar harus diberi bobot tertinggi. Setelah menetapkan bobot pada masing-masing faktor maka perlu dipastikan bahwa jumlah dari semua bobot harus sama dengan 1,00. Pembobotan menggunakan metode paired comparison.

4) Penetapan Skala

Skala rating dapat sesuai preferensi yang dikehendaki oleh peneliti. Pada penelitian ini menggunakan rating pada skala dari 1 sampai 4. Dengan kriteria untuk 1 berarti tidak baik, 2 kurang baik, 3 baik dan 4 sangat baik. Penetapan skala tidak baku seperti contoh tersebut namun bias disesuaikan dengan obyek yang akan dinilai secara lebih fleksibel.

5) Kalkulasi Bobot dan Skala

Setelah matriks IFE dan EFE terbentuk (faktor bobot dan skala telah ditetapkan) serta langkah selanjutnya adalah mengalikan komponen bobot dan skala penilaian.

6) Menjumlahkan Bobot dengan Skala Penilaian

Langkah terakhir dalam membangun matriks IFE dan EFE adalah untuk menjumlahkan nilai tertimbang untuk masing-masing faktor. Hasil dari tahap ini adalah skor akhir. Matrik IFE dan EFE dapat dilihat pada Tabel 11 dan Tabel 12.

Tabel 11. Analisis matriks IFE pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar

No	Faktor Internal	Nilai (b)	Rangking (r)	Skoring (b x r)
B. Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1)	Potensi produksi jenis ikan lokal di Kabupaten Tulang Bawang cukup tinggi.			
2)	Minat masyarakat Kabupaten Tulang Bawang terhadap produk ikan asin cukup tinggi.			
3)	Rantai pemasaran produk ikan asin relatif pendek.			
4)	Kualitas produk ikan asin sesuai dengan kebutuhan			
5)	Ketersediaan sumberdaya manusia pemasaran cukup tinggi.			
Jumlah				
B. Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1)	Kontinyuitas produksi ikan lokal Kabupaten Tulang Bawang belum stabil.			
2)	Biaya pemasaran produksi ikan asin cukup besar.			
3)	Sistem promosi produk ikan asin belum berkelanjutan.			
4)	Teknologi informasi yang digunakan dalam pemasaran produk ikan asin masih sederhana.			
5)	Kualitas sumberdaya manusia pelaku pemasaran masih rendah.			
Jumlah				
Total				

Tabel 12. Analisis matriks EFE pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin air tawar

No	Faktor Eksternal	Nilai (b)	Rangking (r)	Skoring (b x r)
A. Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1)	Permintaan (<i>market demand</i>) terhadap produk ikan asin Kabupaten Tulang Bawang sangat potensial.			
2)	Peran dan dukungan pemerintah Tulang Bawang dalam peningkatan pemasaran produk perikanan cukup kuat.			
3)	Kemudahan dalam memasarkan hasil ikan Sungai Tulang Bawang.			
4)	Teknologi informasi dan jejaring pemasaran produk ikan asin cukup luas.			
5)	Harga produksi produk perikanan cukup stabil.			
Jumlah				

Tabel 12. Lanjutan

No	Faktor Eksternal	Nilai (b)	Rangking (r)	Skoring (b x r)
B. Ancaman (<i>Threats</i>)				
1)	Tingkat persaingan produk hasil perikanan cukup tinggi. Tingkat persaingan produk hasil perikanan di Kabupaten Tulang Bawang cukup tinggi.			
2)	Kecenderungan daya beli agen pemasaran produk ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang menurun.			
3)	Pengaruh iklim dan cuaca terhadap ketersediaan pasokan bahan baku ikan.			
4)	Produksi hasil olahan ikan asin mengalami fluktuasi.			
5)	Produk perikanan dari luar bebas masuk ke pasar lokal.			
Jumlah				
Total				

6) Penentuan Strategi

Menurut Rangkuti (2009), kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

Kombinasi faktor internal dengan faktor eksternal yaitu :

a) Strategi S-O (*Strengths Opportunities*)

Strategi S-O merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pemikiran objek, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi S-T (*Strengths Threats*)

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman.

c) Strategi W-O (*Weaknesses Opportunities*)

Strategi W-O ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengancara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi W-T (*Weaknesses Threats*)

Strategi W-T didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Analisis matriks SWOT bertujuan menentukan strategi alternatif pengembangan pemasaran usaha. Selain itu, matriks ini bermanfaat untuk mendalami faktor-faktor strategis yang sigap dengan perkembangan usaha di lapangan, serta dapat menggambarkan secara jelas peluang yang harus diraih, ancaman yang harus dihindari, serta besarnya kekuatan dan adanya kelemahan yang harus disesuaikan guna mendapatkan formulasi strategi pengembangan usaha (Rangkuti, 2009). Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 13. Matriks SWOT

Faktor Internal (IFAS)	<i>Strengths</i> (S) Faktor kekuatan Internal	<i>Weaknes</i> (W) Faktor kelemahan internal
Faktor Eksternal (EFAS)		
<i>Opportunities</i> (O) Faktor peluang eksternal	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Treaths</i> (T) Faktor ancaman eksternal	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan yang menghindari ancaman

Sumber: (Rangkuti, 2009)

6. Tujuan Keenam

Menurut Sugiyono (2016), analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan atau memberikan suatu gambaran terhadap objek yang diteliti. Penyajian data ini dimaksudkan untuk mengungkapkan informasi penting terkait ketersediaan jasa layanan pendukung yang ada pada pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang yang terdapat dalam data ke dalam bentuk yang lebih ringkas dan sederhana yang pada akhirnya mengarah pada keperluan adanya penjelasan dan penafsiran.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

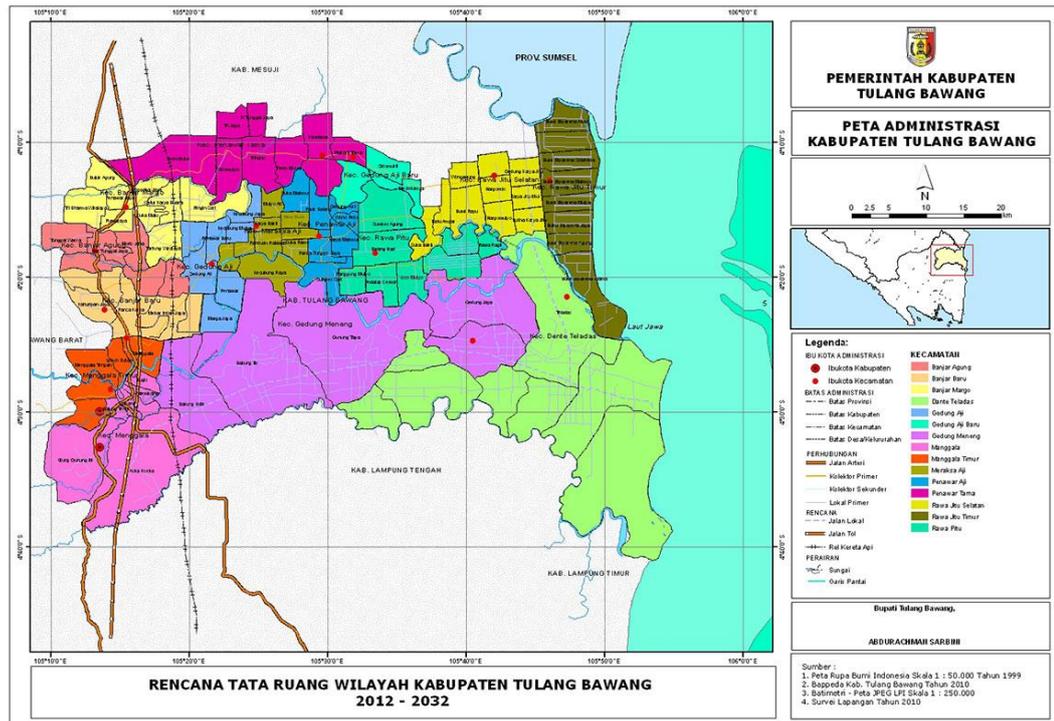
A. Gambaran Umum Kabupaten Tulang Bawang

1. Letak Geografis

Kabupaten Tulang Bawang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang beribukota di Menggala. Secara geografis Kabupaten Tulang Bawang terletak pada 105°09' BT sampai 105 °55' BT dan 04 °08' LS sampai 04 °41' LS dengan batas wilayah:

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Mesuji.
- b) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah .
- c) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tulang Bawang Barat.
- d) Sebelah Timur berbatasan dengan Laut Jawa

Wilayah Kabupaten Tulang Bawang mencakup seluas 346.632,00 Ha merupakan daerah agraris, yang ditunjukkan dengan mata pencaharian pokok penduduknya disektor pertanian. Menurut Badan Pusat Statistik (2020) pada tahun 2008 tentang Pembentukan Kabupaten Mesuji dan Tulang Bawang Barat, maka wilayah Kabupaten Tulang Bawang menjadi 15 kecamatan dan 151 kampung/kelurahan setelah dikurangi wilayah Kabupaten Mesuji dan Kabupaten Tulang Bawang Barat. Peta wilayah Kabupaten Tulang Bawang dapat dilihat pada Gambar 3.



Sumber: (Pemerintah Kabupaten Tulang Bawang, 2023)

Gambar 3. Peta wilayah Kabupaten Tulang Bawang

2. Iklim dan Topografi

Kabupaten Tulang Bawang beriklim tropis dengan musim hujan dan musim kemarau bergantian setiap tahun. Suhu udara di suatu tempat antara lain ditentukan oleh tinggi rendahnya tempat tersebut dari permukaan air laut dan jaraknya dari pantai. Menurut Badan Pusat Statistik (2020) suhu udara di Kabupaten Tulang Bawang pada tahun 2018 adalah maksimal $34,5^{\circ}\text{C}$ dan minimum 22°C dengan rata-rata pertahun $26,2^{\circ}\text{C}$ sampai $27,8^{\circ}\text{C}$. Data mengenai jumlah curah hujan dan hari hujan di Kabupaten Tulang Bawang dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Jumlah curah hujan dan hari hujan di Kabupaten Tulang Bawang per bulan pada Tahun 2018

No	Bulan	Curah Hujan (mm)	Jumlah Hari Hujan (Hari)
1	Januari	156,5	14
2	Februari	335,4	20
3	Maret	548,6	25
4	April	130,6	12
5	Mei	169,0	13
6	Juni	161,9	14

Tabel 14. Lanjutan

No	Bulan	Curah Hujan (mm)	Jumlah Hari Hujan (Hari)
7	Juli	10,6	3
8	Agustus	16,8	3
9	September	231,2	8
10	Oktober	30,8	3
11	November	36,1	9
12	Desember	27,8	6
Jumlah		1.855,3	130

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2020a)

Tabel 14 menunjukkan bahwa jumlah curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Maret (548,6 mm) dan terendah pada bulan Juli (10,6 mm). Jumlah hari hujan terbanyak terjadi pada bulan Februari yaitu sebanyak 20 hari, sedangkan jumlah hari hujan paling sedikit terjadi pada bulan Juli dan bulan Agustus sebanyak masing-masing 3 hari. Keadaan curah hujan dan hari hujan akan sangat berpengaruh terhadap ketersediaan bahan baku ikan untuk usaha pengolahan ikan asin air tawar. Jika curah hujan dan hari hujan tinggi diikuti dengan angin kencang, nelayan menjadi tidak berani untuk mencari ikan di sungai karena dengan keadaan tersebut kondisi sungai akan tidak memungkinkan untuk dilalui disebabkan arus yang kencang dan tidak stabil sehingga ketersediaan ikan berkurang atau bahkan tidak dapat ditangkap sama sekali. Jumlah curah hujan dan hari hujan yang tinggi juga akan mempengaruhi proses penjemuran ikan asin air tawar, dimana waktu penjemuran ikan asin air tawar akan lebih lama dan produk ikan asin air tawar akan berisiko rusak.

Secara topografi Kabupaten Tulang Bawang dapat dibagi dalam 4 unit topografi:

- a) Daerah dataran, merupakan daerah terluas yang dimanfaatkan untuk pertanian dan cadangan pengembangan transmigrasi.
- b) Daerah rawa, terdapat di sepanjang Pantai Timur dengan ketinggian 0-1 m yang merupakan daerah rawa pasang surut yang pemanfaatannya untuk perawatan pasang surut.
- c) Daerah river basin, terdapat 2 river basin Tulang Bawang dan river basin sungai – sungai kecil lainnya. Pada areal river basin Sungai Tulang

Bawang dengan anak-anak sungainya membentuk pola aliran sungai “*dendritic*” yang umumnya merupakan sungai-sungai di Lampung. Daerah ini memiliki luas 10.150 Km² dengan panjang 753 Km yang digunakan untuk pengembangan tambak udang.

- d) Daerah alluvial, meliputi pantai sebelah timur yang merupakan bagian hilir (*Down Steem*) dan sungai-sungai besar yaitu Tulang Bawang dan Mesuji, untuk pelabuhan.

Topografi wilayah Kabupaten Tulang Bawang secara tidak langsung memiliki peran dalam kegiatan usaha pengolahan ikan asin air tawar. Dataran rendah dan daerah pesisir pantai serta terdapat sungai merupakan wilayah yang cocok untuk melakukan kegiatan usaha pengolahan ikan asin air tawar. Jarak yang dekat dengan sumber bahan baku dapat memberikan kemudahan bagi usaha pengolahan ikan asin air tawar dalam memperoleh bahan baku. Jaminan ketersediaan bahan baku ikan merupakan faktor penting dalam kegiatan usaha pengolahan ikan asin air tawar.

3. Kondisi Demografi

- a) Jumlah dan Kepadatan Penduduk

Jumlah penduduk Kabupaten Tulang Bawang pada Tahun 2019 sebanyak 450.902 jiwa. Kepadatan penduduk di Kabupaten Tulang Bawang tahun 2019 mencapai 130,08 jiwa/kha. Kepadatan penduduk di 15 kecamatan yang berada di Kabupaten Tulang Bawang cukup beragam. Kepadatan penduduk tertinggi berada di Kecamatan Banjar margo dengan jumlah kepadatan sebesar 319 jiwa/kha dan terendah di Kecamatan Gedung Meneng sebesar 63 jiwa/kha. Pertumbuhan penduduk di Kabupaten Tulang Bawang sebesar 1,15%. Rasio jenis kelamin penduduk sebesar 107,01 (Badan Pusat Statistik, 2020a).

- b) Ketenagakerjaan

Jumlah penduduk berumur 15 tahun keatas di Kabupaten Tulang Bawang berjumlah 318675 jiwa. Angkatan kerja sebanyak 217454

jiwa. Angkatan kerja tersebut meliputi penduduk yang bekerja sebanyak 208.672 jiwa dan pengangguran terbuka sebanyak 8.782 jiwa.

Penduduk yang bekerja dengan status buruh sebanyak 71.824 jiwa, berusaha dibantu buruh tidak tetap 40.881 jiwa. Sisanya berstatus pekerja bebas di pertanian, pekerja bebas di non pertanian, pekerja keluarga dan berusaha dibantu buruh tetap.

4. Kondisi Perikanan

Kabupaten Tulang Bawang terletak di daerah pesisir pantai. Ketersediaan sumberdaya perikanan di Kabupaten Tulang Bawang cukup besar yang mencakup dalam ekosistem laut, pantai, hutan tropis ekosistem laut, wilayah pesisir semi tertutup (muara sungai, teluk dan rawa pasang-surut), rawa, genangan dan sungai. Kegiatan produksi perikanan meliputi penangkapan, budidaya, penanganan/pengolahan hasil perikanan, distribusi dan pemasaran. Kegiatan usaha penangkapan meliputi di perairan laut dan di perairan umum, serta kegiatan usaha budidaya ikan di tambak, di kolam dan di perairan umum berupa budidaya karamba.

Usaha penangkapan ikan di wilayah perairan pantai dilakukan hingga jarak ± 12 mil laut dari garis pantai hingga pada kedalaman (*isobath*) 3-100 m atau pada batas garis wilayah perairan teritorial Indonesia (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2019). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2018), banyaknya hasil tangkap perikanan laut ataupun perairan umum pada tahun 2016 sebanyak 20.097,2 ton dengan nilai produksi sebesar Rp55.092.023.000,00.

Masyarakat Kabupaten Tulang Bawang dalam menunjang perekonomiannya salah satunya adalah dari sektor perikanan. Pemanfaatan komoditas perikanan di Kabupaten Tulang Bawang dengan ketersediaan ikan di Sungai dan rawa Tulang Bawang menjadi faktor pendukung dalam menyediakan bahan baku untuk usaha pengolahan ikan asin air tawardi Kabupaten Tulang Bawang.

B. Gambaran Umum Kecamatan Menggala Timur

1. Letak Geografis dan Topografis

Kecamatan Menggala Timur merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Tulang Bawang. Secara geografis Kecamatan Menggala memiliki wilayah seluas 193,53 km² dengan perbatasan wilayah sebagai berikut:

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Banjar Baru .
- b) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Menggala.
- c) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Lambu Kibang.
- d) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Gedung Meneng.

Secara topografi Kecamatan Menggala Timur sebagian besar wilayahnya adalah dataran rendah dan berrawa-rawa dengan ketinggian antara 10 meter sampai dengan 60 meter di atas permukaan laut. Dengan jarak tempuh dari pusat pemerintahan Kabupaten Tulang Bawang \pm 20 km, sedangkan dari ibukota Provinsi Lampung \pm 150 km. Peta wilayah Kecamatan Menggala Timur dapat dilihat pada Gambar 4.



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022c)

Gambar 4. Peta wilayah Kecamatan Menggala Timur

2. Kondisi Demografi

Menurut Badan Pusat Statistik (2019), pada tahun 2018 penduduk yang mendiami Kecamatan Menggala Timur sebanyak 14,369 jiwa terdiri atas penduduk laki-laki sebanyak 7.367 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 7.002 jiwa. Penduduk terbanyak berada di Kampung Menggala, kemudian disusul Kampung Lebu Dalem, Cempaka Jaya dan yang lain. Dari 4.816 kepala keluarga yang ada di Kecamatan Menggala Timur, sebagian besar merupakan keluarga dengan perumahan sederhana.

C. Gambaran Umum Kecamatan Menggala

1. Letak Geografis dan Topografis

Kecamatan Menggala merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Tulang Bawang. Secara geografis Kecamatan Menggala memiliki wilayah seluas 344 km² dengan perbatasan wilayah sebagai berikut:

- a) Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Menggala Timur.
- b) Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah dan Kecamatan Gedung Meneng.
- c) Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Tulang Bawang Barat
- d) Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Menggala Timur

Secara topografi Kecamatan Menggala sebagian besar wilayahnya adalah dataran rendah dan berrawa-rawa dengan ketinggian antara 12 meter sampai dengan 15 meter di atas permukaan laut. Dari 9 Kelurahan /kampung yang ada, Kelurahan Ujung Gunung merupakan Kelurahan/Kampung terluas di Kecamatan Menggala. Peta wilayah Kecamatan Menggala dapat dilihat pada Gambar 5.



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022b)

Gambar 5. Peta wilayah Kecamatan Menggala

2. Kondisi Demografi

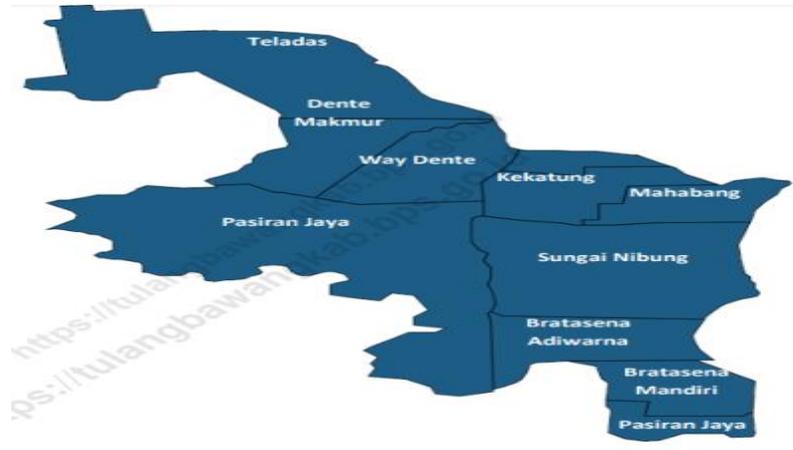
Menurut Badan Pusat Statistik (2020b), pada tahun 2019 penduduk yang mendiami Kecamatan Menggala sebanyak 50,215 jiwa terdiri atas penduduk laki-laki sebanyak 25,560 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 24,655 jiwa. Penduduk terbanyak berada di Kelurahan Menggala Selatan, kemudian disusul Kelurahan Ujung Gunung, Menggala Kota dan yang lain. Kepadatan penduduk di Kecamatan Menggala sebesar 145 jiwa/km².

D. Gambaran Umum Kecamatan Dente Teladas

1. Letak Geografis

Kecamatan Menggala merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Tulang Bawang. Secara geografis Kecamatan Dente Teladas memiliki luas wilayah tercatat 685,65 km². Kecamatan Dente Teladas terdiri dari 12 desa yaitu Pasiran Jaya, Bratasena Mandiri, Bratasena Adiwarna, Sungai Nibung, Mahabang, Kuala Teladas, Kekatung, Teladas, Way Dente,

Dente Makmur, Pendowo Asri, dan Sungai Burung. Desa Bratasena Adiwarna merupakan desa terluas dibandingkan 11 desa lainnya, yaitu sebesar 25,38 persen dari luas Kecamatan Dente Teladas. Peta wilayah Kecamatan Dente Teladas dapat dilihat pada Gambar 6.



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022a)

Gambar 6. Peta wilayah Kecamatan Dente Teladas

2. Kondisi Demografi

Menurut Badan Pusat Statistik (2022), Penduduk Kecamatan Dente Teladas Tahun 2021 terdapat sebanyak 54.903 jiwa yang terdiri atas 29.705 jiwa penduduk laki-laki dan 26.198 jiwa penduduk perempuan. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2021 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 109,57. Kepadatan penduduk di Kecamatan Dente Teladas tahun 2021 mencapai 90,07 jiwa/km². Kepadatan penduduk di 12 desa cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Desa Sungai Nibung dengan kepadatan sebesar 270 jiwa/km² dan terendah di Desa Sungai Burung sebesar 21 jiwa/km².

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Manajemen pengadaan bahan baku mengalami perbedaan antara musim kemarau dan musim hujan. Selama musim kemarau, bahan baku tersedia dengan lokasi yang tepat, kualitas yang tepat, dan harga yang tepat, namun masih terdapat kekurangan dalam hal ketersediaan tepat waktu dan tepat jenis, serta kuantitas yang masih tidak sesuai. Di sisi lain, saat musim hujan, bahan baku tersedia dengan lokasi yang tepat dan kualitas yang sesuai, namun masih terdapat kekurangan dalam hal ketersediaan tepat jenis dan tepat harga, serta ketersediaan tepat waktu dan tepat kuantitas masih tidak memadai.
2. Terdapat perbedaan dalam nilai tambah yang diperoleh dari produk ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang antara musim hujan dan musim kemarau. Terdapat sembilan jenis komoditas ikan asin air tawar yang memberikan nilai tambah yang bervariasi. Pada musim kemarau, urutan komoditas ikan asin air tawar yang memberikan nilai tambah terbesar hingga terkecil adalah ikan asin lais, belut, seluang, baung, tembakang, gabus, sepat rawa, nila, dan Sepat Siam. Ikan asin lais menghasilkan nilai tambah tertinggi sebesar Rp 52.151,44/Kg, sedangkan ikan Sepat Siam menghasilkan nilai tambah terendah sebesar Rp 3.015,39/Kg. Pada musim hujan, urutan komoditas yang memberikan nilai tambah terbesar hingga terkecil adalah ikan asin lais, belut, seluang, gabus, sepat, tembakang, Sepat Siam, baung, dan nila. Ikan asin lais tetap memberikan nilai tambah tertinggi sebesar Rp 53.309,24/Kg, sedangkan ikan nila memberikan nilai tambah terendah sebesar Rp 4.396,35/Kg.
3. Produk ikan asin yang direkomendasikan sebagai unggulan di Kabupaten Tulang Bawang meliputi ikan asin gabus, ikan asin baung, ikan asin

seluang, dan ikan asin sepat. Keempat komoditas ini memiliki nilai tambah yang tinggi serta menarik minat konsumen.

4. Strategi pengembangan produksi pelaku usaha ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang bersifat agresif. Strategi pengembangan produksi yang dapat dilakukan adalah penguatan kelembagaan kelompok pengolah dan nelayan untuk memaksimalkan hasil produk ikan, penganekaragaman budidaya ikan sesuai kebutuhan permintaan produksi perikanan, intensifikasi budidaya perikanan, dan pembinaan kelompok pengolah dalam mengembangkan inovasi produk olahan ikan.
5. Strategi pengembangan pemasaran pelaku usaha ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang bersifat agresif. Strategi pengembangan pemasaran yang dapat dilakukan adalah pengoptimalan diversifikasi produk dalam memenuhi permintaan pasar, penetrasi pasar, menjalin kemitraan pemasaran, dan Pengembangan pasar domestik.
6. Jasa layanan pendukung yang dibutuhkan pelaku usaha ikan asin air tawar di Kabupaten Tulang Bawang yaitu jasa layanan bank, koperasi, pegadaian, lembaga penyuluhan perikanan, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, kebijakan pemerintah, dan pasar. Namun, jasa layanan pendukung yang telah dirasakan oleh pengolah ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang yaitu pegadaian, sarana transportasi, dan pasar.

B. Saran

1. Masyarakat di Kabupaten Tulang Bawang perlu melakukan upaya dalam menjaga ketersediaan ikan di sungai secara berkelanjutan dan berbasis pada prinsip pengelolaan yang berwawasan lingkungan. Berdasarkan kondisi ketepatan pengadaan bahan baku di sungai baik pada musim kemarau maupun musim hujan upaya yang dapat dilakukan seperti penyuluhan dan pemberdayaan kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga ekosistem, pengendalian penangkapan ikan yang berlebih, pemulihan habitat sungai, penerapan kawasan larangan penangkapan ikan, pengawasaan dan penegakkan hukum, pengelolaan daerah tangkap ikan

secara berkelanjutan, dan kerjasama antara pemerintah, masyarakat, serta pemangku kepentingan lainnya.

2. Pelaku usaha perlu mempertimbangkan kontinuitas produksi dengan mencari alternatif komoditas yang memiliki ketersediaan bahan baku dan harga pasar yang stabil dengan tidak bergantung terhadap musim. Pelaku usaha dapat melakukan pengolahan terhadap perikanan budidaya air tawar seperti ikan nilai, lele, patin, mujair, dan lain sebagainya.
3. Pelaku usaha di Kabupaten Tulang Bawang dapat meningkatkan pengembangan pemasaran ikan asin air tawar dengan menerapkan beberapa alternatif rekomendasi. Pertama, strategi pengoptimalan diferensiasi produk dapat diimplementasikan melalui variasi jenis ikan, inovasi dalam proses pengolahan, variasi kemasan, pemastian kualitas unggul, penggunaan bahan baku lokal, dan keterlibatan dalam komunitas perikanan. Kedua, pelaku usaha dapat memilih strategi penetrasi pasar dengan menganalisis harga, meningkatkan promosi, memperluas distribusi, dan mengeksplorasi pasar baru di luar Kabupaten Tulang Bawang. Ketiga, menjalin kemitraan pemasaran dengan mitra potensial di industri perikanan atau makanan dapat diterapkan dengan selektif memilih mitra, menyampaikan manfaat kolaborasi, membuat perjanjian kerjasama, dan memonitor kinerja secara berkala. Terakhir, strategi pengembangan pasar domestik memerlukan penelitian pasar menyeluruh, penyesuaian produk, pembangunan jaringan distribusi, strategi promosi yang tepat, kerjasama dengan institusi terkait, dan studi kelayakan sebelum memasuki pasar domestik.
4. Pelaku usaha di Kabupaten Tulang Bawang dapat mengimplementasikan rekomendasi pengembangan produksi dengan mengedepankan empat alternatif strategi utama. Pertama, melalui penguatan kelembagaan kelompok pengolah dan nelayan, yang mencakup pembentukan kelompok terorganisir, pelatihan, pendirian pusat pengolahan, dan dukungan terhadap implementasi kebijakan pemerintah. Kedua, dengan menerapkan strategi penganekaragaman budidaya ikan, termasuk identifikasi jenis ikan potensial, budidaya berbasis kolam, intensifikasi dan semi-intensifikasi

budidaya, diversifikasi sumber benih, peningkatan kualitas pakan, pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, serta pelatihan dan pemberdayaan pembudidaya. Ketiga, melalui intensifikasi budidaya perikanan yang mencakup pemilihan jenis ikan yang cocok, teknik budidaya efisien, pemanfaatan teknologi pemantauan dan kontrol, pemilihan pakan berkualitas, dan peningkatan manajemen serta keahlian pembudidaya. Terakhir, melalui pembinaan kelompok pengolah dalam mengembangkan inovasi produk olahan ikan, dengan langkah-langkah seperti identifikasi potensi pasar, pengembangan produk olahan inovatif, pelatihan, kolaborasi, sertifikasi, pemasaran, dan pendampingan. Dengan mengadopsi strategi-strategi ini, diharapkan pelaku usaha dapat mencapai diversifikasi produksi, meningkatkan nilai tambah, dan membuka pasar yang lebih luas, sehingga memberikan dampak positif pada kelompok pengolah dan perekonomian lokal.

5. Pelaku usaha dapat merancang strategi untuk memastikan ketersediaan bahan baku sepanjang musim dengan memanfaatkan bahan baku yang berasal dari budidaya, sehingga mereka dapat mengendalikannya dan merawatnya secara berkelanjutan. Selain itu, peluang besar muncul ketika bahan baku ikan endemik yang menarik minat tinggi dari konsumen dimanfaatkan menjadi produk eksklusif. Dengan menghasilkan produk eksklusif dari bahan baku ini, pelaku usaha dapat menciptakan daya tarik yang lebih besar dan meningkatkan nilai jual produknya. Pentingnya merancang produksi pada waktu tertentu juga dapat memberikan aspek eksklusivitas dan meningkatkan permintaan dari konsumen yang mencari produk unik dan terbatas.
6. Pelaku usaha pelaku usaha ikan asin di Kabupaten Tulang Bawang dapat menggunakan jasa layanan pendukung seperti bank, koperasi, lembaga penyuluhan perikanan, teknologi informasi dan komunikasi, dan kebijakan pemerintah yang ada. Dengan memanfaatkan jasa layanan pendukung tersebut secara efektif, mungkin saja akan dapat merasakan manfaatnya dalam peningkatan produktivitas, efisiensi, dan keberlanjutan operasional usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrokhim, M. 2021. Peranan Wanita dalam Agroindustri Ikan Asin di Kecamatan Menggala dan Kecamatan Menggala Timur. *Skripsi*, 290.
- Aliyah, R., Gumilar, I., & Maulina, I. 2015. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung). *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 6(2), 78–84.
- Anoraga, P. 2000. *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Awdayah, R. 2007. *Pengolahan dan Pengawetan Ikan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kabupaten Tulang Bawang Dalam Angka Tahun 2018*. BPS Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Kecamatan Menggala Timur Dalam Angka Tahun 2019*. BPS Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Badan Pusat Statistik. 2020a. *Kabupaten Tulang Bawang Dalam Angka Tahun 2020*. BPS Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Badan Pusat Statistik. 2020b. *Kecamatan Menggala Dalam Angka Tahun 2020*. BPS Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Badan Pusat Statistik. 2021a. *Provinsi Lampung Dalam Angka Tahun 2021*. BPS Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2021b. *Statistik Indonesia Tahun 2021*. BPS. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2022a. *Kecamatan Dente Teladas Dalam Angka Tahun 2022*. BPS Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Badan Pusat Statistik. 2022b. *Kecamatan Menggala Dalam Angka Tahun 2022*. BPS Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Badan Pusat Statistik. 2022c. *Kecamatan Menggala Timur Dalam Angka Tahun 2022*. BPS Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Buckle, K. A., Edwards, R. ., Fleet, G. H., & Woonton, M. 1985. *Ilmu Pangan*. Universitas Indonesia. Jakarta.

- Budiman, M. S. 2004. *Teknik Penggaraman Dan Pengeringan*. Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan. Jakarta.
- Cahyahati, S. D., Murniati, K., & Abidin, Z. 2020. Profitabilitas dan Nilai Tambah Agroindustri Olahan Ikan Lele di Kecamatan Metro Selatan Kota Metro. *JIIA*, 7(4), 466–473.
- Dewi, I. A. 2019. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga di Kelurahan Dadimulyo, Kecamatan Kisaran Barat, Kabupaten Asahan*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Tulang Bawang. 2021. *Neraca Bahan Makanan (NBM) Kabupaten Tulang Bawang 2021*. DKP Kab. Tuba. Tulang Bawang.
- Dinas Perikanan Kabupaten Tulang Bawang. 2021. *Buku Saku Pendataan Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklahsar) Produk Perikanan*. Dinas Perikanan Kab.Tuba. Tulang Bawang.
- Dita, A. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Ikan Asin (Studi Kasus: UD. Gudang Asin ATN Lamsyah, Kelurahan Pematang Pasir, Kecamatan Teluk Nibung, Kota Tanjungbalai)*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Evalia, N. A. 2015. Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 12(1), 57–67.
<https://doi.org/10.17358/jma.12.1.57>
- Gaspersz, V. 2001. *Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Halopi, I., Murtisari, A., & Boekoesoe, Y. 2018. Lembaga-lembaga yang terkait dalam kegiatan ini adalah penyuluh, konsultan, keuangan, dan penelitian. *Agrinesia*, 2(3), 219–231.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Hastiti, H. S. P. 2021. *STRATEGI PEMASARAN AGROINDUSTRI TEMPE SOMBA OPU KABUPATEN GOWA (Studi Kasus UD . Arum Swadaya)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Hasyim. 2012. *Pertanian Buku Ajar Fakultas Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Hayami, Y. T. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: A Prospectif from A Sunda Village*. CGPRT Centre.
- Hidayati, I. N. K. 2019. Rancang Bangun Penguatan Kelembagaan Agribisnis Pisang Di Kabupaten Lumajang. Universitas Jember. Jember.

- Hunger, J. D., & T.L., W. 2001. *Manajemen Strategis*. Diterjemahkan oleh J. Agung. Andi. Yogyakarta.
- Ismaya, R., Napitupulu, D., & Malik, A. 2015. Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Sirup Kulit Manis Di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Sosio Ekonomika Bisnis*, 18(1), 43–53.
- Jauhari, H. 2010. *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*. Pustaka Setia. Bandung.
- Kartika, E., Prasmatiwi, F. E., & Kasymir, E. 2022. Analisis Pengadaan Bahan Baku dan Pendapatan Agroindustri Ikan Asin Teri di Kecamatan Kalian, Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 69–77.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2019. *Laporan Kinerja Tahun 2019*. KKP. Jakarta.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2020. *Laporan Kinerja Tahun 2019*. KPP. Jakarta.
- Kharismawanti, I., & Soejono, D. 2019. Analisis Ketersediaan Bahan Baku dan Nilai Tambah Produk Manisan Pada Agroindustri “Rezeki Moro” Di Desa Pesucen Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 15(2), 180–191.
<https://doi.org/https://doi.org/10.20961/sepa.v15i2.27594>
- Lestari, E. P. 2011. Pemasaran Strategik: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. In *Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Moyle, P. B., & Leidy, R. A. 1992. Loss of Biodiversity in aquatic ecosystems : Evidence from fish faunas. 11r: Fiedler, P.L’ & S.K. Jain (eds.). *Conservation Biology: The theory and practice of nature conservation, preservation and management*, Chapman and Hall. New York.
- Palupi, R. D., Ira, & Asriyana. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Wanita Nelayan dalam Mengolah Hasil Perikanan Berbasis Kelompok. *Jurnal Bisnis Perikanan*, 3(2), 137–144. Diambil dari
http://karyailmiah.uho.ac.id/karya_ilmiah/Asriyana/20.Strategi_pengembangan_usaha.pdf
- Pemerintah Kabupaten Tulang Bawang. 2023. *Dokumen Rencana Tata Ruang Kabupaten Tulang Bawang*. Pemerintah Kabupaten Tulang Bawang. Tulang Bawang.
- Puspita, D. 2014. *Prinsip-Prinsip Bisnis*. CV. Rizeva Utama. Bogor.

- Rambe, I. 2018. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi (UIN Sumatera Utara, Medan). UIN Sumatera Utara, Medan. Diambil dari <http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf> <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003> <http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007> <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023> <http://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10>
- Ramli, Setiawan, B., Santoso, I., & Mustaniroh, S. A. 2019. Analisis Kelayakan Usaha Dan Nilai Tambah Kerupuk Cumi. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 32–50. <https://doi.org/10.32524/jkb.v17i1.494> ABSTRACT
- Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT : Teknik Membedakan Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sari, F. Y., Pranoto, Y. S., & Purwasih, R. 2020. Analisis Usaha Ikan Asin (Studi Kasus Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka. *Journal of Integrated Agribusiness*, 2(1), 29–36. <https://doi.org/10.33019/jia.v2i1.xxxx>
- Sari, K. M. 2011. Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kabupaten Cilacap. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Simanjuntak, A. P. 2016. *Analisis Nilai Tambah Pada Agroindustri Pengolahan Ikan Asin*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Simatupang, & Purwanto. 1990. *Agroindustri Faktor Penunjang Pembangunan Pertanian di Indonesia*. Pusat Penelitian Agroekonomi. Jakarta.
- Simatupang, T. 1997. *Pemodelan Sistem*. Studio Manajemen Jurusan Teknik Industri Institut Teknologi Bandung. Bandung.
- Soekartawi. 1999. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabet. Bandung.
- Sukirno, S. 2009. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Sulistioningrum, Y. D., Murniati, K., & Nugraha, A. 2022. Analisis Pengadaan Bahan Baku, Keuntungan, Saluran Pemasaran, Dan Jasa Layanan Pendukung Agroindustri Keripik Singkong Di Kelurahan Ganjar Asri Kecamatan Metro Barat Kota Metro. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 94. <https://doi.org/10.23960/jiia.v10i1.5684>
- Sundari, R. S., Kusmayadi, A., & Umbara, D. S. 2017. Ikan Patin Di Tasikmalaya the Added Value of Shredded Lele and Patin Catfish. *Jurnal Pertanian Agros*, 19(1), 45–54.
- Supriadi, D., Nugraha, E. H., Widayaka, R., & Rena. 2021. Analisis Nilai Tambah (Value Added) Usaha Pemasaran Dan Pengolahan Hasil Perikanan Di Kota Cirebon. *Jurnal Investasi*, 7(2), 1–12.
- Tauhid, M., Hidayati, S., & Hanum, Ti. 2017. Analisis Jenis Agroindustri Dan Kelayakan Pendirian Agroindustri Berbasis Ikan Di Kabupaten Tulang Bawang. *Jurnal Teknologi Industri & Hasil Pertanian*, 22(2), 107–112.
- Udayana, I. G. 2011. Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian. *Jurnal Singahadwala*. Diambil dari http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:BpIse4iUeJoJ:scholar.google.com/+Peran+Agroindustri+Dalam+Pembangunan+Pertanian&hl=id&as_sdt=0,5
- Yudha, I. G. 2009. *Kajian Usulan Kawasan Reservatikan Air Tawar di Kabupaten Tulang Bawang*. Bandar Lampung.
- Yulianti, Supriyadi, & Thohidin. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Ikan Asin Jambal Roti Pada UD. Sumber Berkah. *Jurnal Agri Wiralodra*, 12(2), 87–98.
- Zuliarni, S. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Pada Kampung Patin, Kampar, Riau. *Journal of Business Administration*, 1(1), 37–46. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v1i3.53>