



ANALISIS RANTAI NILAI PRODUK IKAN ASAP DI JAWA TENGAH

INDRAJIT WICAKSANA



**SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**



IPB University
— Bogor Indonesia —



IPB University
— Bogor Indonesia —

- 
- IPB University
— Bogor Indonesia —



IPB University
— Bogor Indonesia —



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul Analisis Rantai Nilai Produk Ikan Asap di Jawa Tengah adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2020

Indrajit Wicaksana
NIM. H351180041

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

INDRAJIT WICAKSANA. Analisis Rantai Nilai Produk Ikan Asap di Jawa Tengah. Dibimbing oleh RITA NURMALINA dan SUPREHATIN.

Perikanan, pertanian, dan kehutanan menjadi salah satu sektor penyumbang tertinggi pendapatan nasional. Nilai produksi perikanan akan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian jika mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi. Produk perikanan di Indonesia saat ini masih didominasi ikan beku dan ikan segar, diikuti dengan olahan ikan asap dan ikan kaleng. Jika dibandingkan ikan segar dan ikan beku, nilai produk perikanan akan meningkat jika diolah lebih lanjut seperti menjadi ikan asap. Metode pengasapan ikan tergolong mudah dilakukan dengan peralatan yang sederhana. Ikan yang telah diasapkan dan dikemas dapat meningkatkan nilai dan mempermudah pemasaran produk. Kegiatan menghasilkan produk ikan asap dapat diidentifikasi melalui rantai nilai yang terbentuk mulai dari aktivitas hulu hingga hilir.

Penelitian ini membahas rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah sebagai salah satu daerah pengolah ikan asap terbesar di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah: 1) mengidentifikasi pemetaan (*mapping*) rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah, 2) menganalisis tata kelola (*governance*) dalam rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah, 3) menganalisis proses peningkatan (*upgrading*) pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah, dan 4) menganalisis aspek kinerja pada model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *snowball* dan *purposive sampling* terhadap 52 pelaku di sepanjang rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah. Metode pengolahan data berupa analisis deskriptif meliputi analisis pemetaan, tata kelola, dan peningkatan. Analisis aspek kinerja rantai nilai ikan asap dilakukan dengan metode statistik PLS-SEM.

Hasil penelitian menunjukkan pelaku rantai nilai ikan asap terdiri dari nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, pengolah, pedagang pengecer, warung makan, dan restoran. Setiap pelaku melakukan aktivitas yang berkontribusi terhadap penciptaan nilai produk ikan asap. Tata kelola rantai nilai ikan asap termasuk jenis tata kelola *relational* dengan kriteria *complexity* tinggi, *codify* rendah, dan *capability* tinggi. Pelaku rantai nilai harus mengumpulkan informasi dari berbagai pihak untuk menghindari terjadinya *asymmetric information*. Peningkatan rantai nilai ikan asap meliputi peningkatan produk yang dilakukan oleh pengolah dan warung makan, peningkatan proses yang dilakukan oleh nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, dan restoran, serta peningkatan fungsi yang dilakukan oleh pengolah dan pedagang pengecer.

Perhitungan koefisien jalur PLS-SEM memperlihatkan aspek lingkungan-*context* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan aktivitas nilai tambah berupa margin produk. Aspek lingkungan-*context* meliputi kemudahan akses kredit konsumsi, kemudahan akses kredit usaha, dan adanya sanksi terhadap pelanggaran peraturan. Saran dalam penelitian ini adalah perlunya penguatan kelembagaan koperasi dan peningkatan peran pemerintah dalam mendukung peningkatan nilai tambah di sepanjang rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah.

Kata kunci: koordinasi, peningkatan rantai nilai, produk perikanan, relasional, tata kelola

@Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

SUMMARY

INDRAJIT WICAKSANA. Value Chain Analysis for Smoked Fish Products in Central Java. Supervised by RITA NURMALINA and SUPREHATIN.

Fisheries, agriculture, and forestry become one of the highest contributors to national income. The value of fisheries production will contribute greatly to the economy if it is able to produce higher added value. Fisheries processing in Indonesia is still dominated by frozen fish and fresh fish, followed by smoked fish and canned fish. Compared to fresh fish and frozen fish, the value of fishery products will increase if further processed such as smoked fish. The method of smoking fish is relatively easy to do with simple equipment. Smoked and packaged fish can increase product value and make product marketing easier. Activities producing smoked fish products can be identified through value chains from upstream to downstream activities.

This study discusses the value chain of smoked fish products in Central Java as one of the largest smoked fish processing areas in Indonesia. This study aims to: 1) identify the mapping of the smoked fish value chain in Central Java, 2) analyze governance of the smoked fish value chain in Central Java, 3) analyze the upgrading process of the smoked fish value chain in Central Java, and 4) analyze the performance aspects of the smoked fish value chain model in Central Java. The data collection was carried out with snowball and purposive sampling techniques for 52 actors along the smoked fish value chain in Central Java. The data was analyzed using descriptive analysis of value chain mapping, governance, and upgrading. Performance aspects of smoked fish value chains analyzed by PLS-SEM statistical methods.

The result shows that smoked fish value chain actors consisted of fishermen, wholesalers, middlemen, processors, retailers, foodstalls, and restaurants. Each actor carries out activities that contribute to the creation of smoked fish product value. Smoked fish value chain governance is a type of relational governance with high complexity criteria, low codify, and high capability. Value chain actors must gather information from various parties to avoid asymmetric information. Smoked fish value chain improvements include product improvements made by processors and food stalls, improved processes carried out by fishermen, wholesalers, collectors, and restaurants, and improved functions performed by processors and retailers.

Calculation of PLS-SEM path coefficient shows that the environment-context aspect significantly influences the increase in value added activities in the form of product margins. These environmental-context aspects include easy access to consumer credit, easy access to business credit, and sanctions for violating regulations. Suggestions needed in this research are the need to strengthen cooperative institutions and increase the role of government in supporting the creation of added value along the smoked fish value chain in Central Java.

Key words: coordination, fisheries products, governance, upgrading value chain, relational



©Hak Cipta Milik IPB, Tahun 2020 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB



ANALISIS RANTAI NILAI PRODUK IKAN ASAP DI JAWA TENGAH

INDRAJIT WICAKSANA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains
pada
Program Studi Agribisnis

**SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**



@Hak cipta milik IPB University

Penguji Luar Komisi pada Ujian Tesis : Dr Ir Harianto, MS

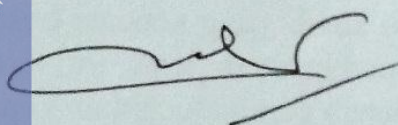
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

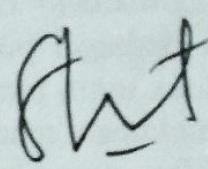
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Tesis : Analisis Rantai Nilai Produk Ikan Asap di Jawa Tengah
Nama : Indrajit Wicaksana
NIM : H351180041

Disetujui oleh
Komisi Pembimbing

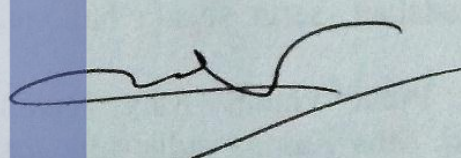

Prof Dr Ir Rita Nurmalina, MS
Ketua


Dr Suprehatin, SP, MAB
Anggota

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Magister Sains Agribisnis

Dekan Sekolah Pascasarjana


Prof Dr Ir Rita Nurmalina, MS



Prof Dr Ir Anas Miftah Fauzi, MEng

Tanggal Ujian : 21 Juli 2020

Tanggal Lulus : 11 AUG 2020



PRAKATA

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Tesis yang berjudul Analisis Rantai Nilai Produk Ikan Asap di Jawa Tengah merupakan rangkaian penelitian yang telah dilakukan penulis di Sentra Pengasapan Ikan di Desa Wonosari, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak seperti akademisi, pelaku agribisnis, dan pemerintah yang dalam hal ini adalah Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Demak.

Penulis memahami bahwa tesis ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi secara maksimal. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan juga permohonan maaf jika selama proses penyusunan tesis ini terdapat banyak kekhilafan yang dilakukan penulis. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ibu Prof Dr Ir Rita Nurmawati, MS selaku ketua komisi pembimbing dan juga Ketua Program Studi Magister Sains Agribisnis IPB, yang senantiasa memberikan nasihat dan bimbingan selama proses penyusunan tesis ini.
2. Bapak Dr Suprehatin, SP, MAB selaku anggota komisi pembimbing yang selalu memberikan arahan dan pengalaman penelitian yang berharga.
3. Bapak Dr Ir Harianto, MS selaku dosen penguji luar komisi dan Ibu Dr Ir Dwi Rachmina, MSi selaku dosen penguji wakil program studi yang telah memberikan saran yang bermanfaat untuk tesis ini.
4. Bapak Tejo Purwoto (Ketua Koperasi Asap Indah Demak), Bapak Sugimin (DKP Demak), Mba Wiji (PPB DKP Demak), dan Mas Toni Rudi (KKP-RI) yang telah mendukung dan memfasilitasi penulis selama penelitian di Demak.
5. Keluarga besar yang selalu mendo'akan secara tulus kepada penulis selama proses penyusunan tesis, terutama kepada Istriku tercinta (Yuridistya Primadhita) dan Anakku tersayang (Aisyahira Pradanasyifa).
6. Seluruh jajaran Pascasarjana IPB, pegawai MSA IPB, dan dosen Agribisnis IPB yang telah memberikan kelancaran, kemudahan, serta segala hal yang bermanfaat bagi penulis selama ada di IPB.
7. Abd Fajar, Arwan, Ali, Aries, Yogi, Dhika, Pinta, Fatoni, May, Rivani, Wening, Lovita, Citra, Titin Syam, Nur Syamsi, Mba Rahma, adik-adik *fast-track*, dan sahabat lainnya dari MSA IPB angkatan 9 & 10 yang senantiasa mendukung, menghibur, berbagi pengalaman, dan mendo'akan yang terbaik.

Penulis berharap tesis yang telah diselesaikan dengan baik ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan. Adapun kritik dan saran yang membangun dapat bermanfaat bagi penulis untuk selalu bersemangat melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Bogor, Agustus 2020

Indrajit Wicaksana

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	6
Ruang Lingkup Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Rantai Nilai	7
Pemetaan Rantai Nilai	8
Tata Kelola Rantai Nilai	8
Peningkatan Rantai Nilai	9
Model Rantai Nilai	11
KERANGKA PEMIKIRAN	12
Kerangka Pemikiran Teoritis	12
Kerangka Pemikiran Operasional	20
METODE PENELITIAN	22
Lokasi dan Waktu Penelitian	22
Jenis dan Sumber Data	23
Metode Penentuan Sampel dan Pengumpulan Data	23
Metode Pengolahan dan Analisis Data	24
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
Karakteristik Responden	39
Analisis Rantai Nilai	43
Pemetaan (<i>Mapping</i>)	43
Tata Kelola (<i>Governance</i>)	48
Peningkatan (<i>Upgrading</i>)	56
Margin Pemasaran	61
<i>Farmer Share</i>	66
Analisis Model Rantai Nilai	68
SIMPULAN DAN SARAN	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80
RIWAYAT HIDUP	85

DAFTAR TABEL

1	Kontribusi sektor perekonomian terhadap PDB Nasional tahun 2019	1
2	Volume dan nilai produksi perikanan nasional 2017	2
3	Produksi pengolahan ikan di Kabupaten Demak 2019	3
4	Faktor penentu kategori jenis tata kelola	26
5	Variabel laten dan indikator model rantai nilai ikan asap	32
6	Ringkasan penilaian model pengukuran (<i>outer model</i>)	35
7	Ringkasan penilaian model struktural (<i>inner model</i>)	36
8	Karakteristik pelaku rantai nilai produk ikan asap Demak 2020	39
9	Aktivitas utama pelaku rantai nilai produk ikan asap	45
10	Matriks peluang peningkatan setiap pelaku rantai nilai ikan asap	57
11	Margin pemasaran ikan asap bahan baku manyung di Jawa Tengah	59
12	Margin pemasaran produk ikan asap bahan baku manyung	63
13	Margin pemasaran produk ikan asap bahan baku tongkol	64
14	Margin pemasaran produk ikan asap bahan baku pari	65
15	Perhitungan <i>farmer share</i> (FS) produk ikan asap	66
16	Hasil perhitungan <i>loading factor</i>	69
17	Hasil perhitungan R^2 , AVE, dan CR	70

DAFTAR GAMBAR

1	Rantai nilai Porter	13
2	Rantai nilai Porter (modifikasi)	14
3	Tingkatan dalam saluran pemasaran	17
4	Diagram fungsi-fungsi pemasaran	18
5	Kerangka pemikiran operasional	21
6	Jenis tata kelola (<i>governance</i>) dalam rantai nilai	26
7	Hubungan reflektif	30
8	Hubungan formatif	30
9	Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)	32
10	Model PLS-SEM rantai nilai produk ikan asap	33
11	Variabel aktivitas utama pada model rantai nilai	33
12	Variabel aktivitas pendukung pada model rantai nilai	34
13	Variabel lingkungan- <i>context</i> pada model rantai nilai	34
14	Variabel endogen model rantai nilai	34
15	Sentra pengasapan ikan Desa Wonosari Kabupaten Demak	38
16	Proses wawancara nelayan di Kabupaten Rembang	40
17	Salah satu pengolah di Sentra Pengasapan Ikan Demak	41
18	Saluran pemasaran produk ikan asap di Jawa Tengah	44
19	Persentase aliran volume produk ikan asap	48
20	Aktivitas jual beli antara pedagang pengumpul dan pengolah	49
21	Petugas pemerintah berkunjung ke Sentra Pengasapan Ikan	51
22	Para pengolah bermusyawarah membahas pemasok baru	53
23	Jenis tata kelola <i>relational</i> ikan asap di Jawa Tengah	54
24	Pengolah bernegosiasi dengan pedagang pengumpul	55



25	Aktivitas pengasapan ikan	62
26	Olahan ikan asap mangut di restoran	63
27	Grafik perbandingan antara <i>farmer share</i> dan margin pemasaran	67
28	Koefisien jalur dan <i>P-value</i> pada model rantai nilai produk ikan asap	71

DAFTAR LAMPIRAN

1	Perhitungan pengolahan data menggunakan <i>WarpPLS 6.0</i>	80
2	Dokumentasi penelitian rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah	82
3	Ringkasan tahap analisis penelitian	84

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perikanan adalah subsektor ekonomi yang memiliki peranan penting terhadap perekonomian Indonesia. Perikanan, pertanian, dan kehutanan menjadi salah satu sektor penyumbang tertinggi pertumbuhan pendapatan nasional. Hal ini dapat dilihat pada 2019 sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan berkontribusi sebesar 12.72% terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional dan termasuk dalam urutan ketiga sebagai penyumbang PDB setelah sektor industri pengolahan dan perdagangan besar-eceran (Tabel 1). Apabila dilihat berdasarkan subsektor, perikanan memiliki kontribusi terbesar kedua setelah pertanian yaitu rata-rata sebesar 20.8% terhadap pertanian, kehutanan, dan perikanan dengan tingkat pertumbuhan sebesar 5.8% di tahun 2019 atau sedikit di atas pertumbuhan PDB nasional 2018 sebesar 5.0% (BPS 2020).

Tabel 1 Kontribusi sektor perekonomian terhadap PDB Nasional tahun 2019

No	PDB Lapangan Usaha	% thd PDB
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	12.72
2	Pertambangan dan Penggalian	7.26
3	Industri Pengolahan	19.70
4	Pengadaan Listrik dan Gas	1.17
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0.07
6	Konstruksi	10.75
7	Perdagangan Besar dan Eceran : Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	13.01
8	Transportasi dan Pergudangan	5.57
9	Penyediaan Akomodasi Makan Minum	2.78
10	Informasi dan Komunikasi	3.96
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	4.24
12	Real Estate	2.77
13	Jasa Perusahaan	1.92
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	3.62
15	Jasa Pendidikan	3.30
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1.10
17	Jasa Lainnya	1.95
Produk Domestik Bruto Agregat		100.00

Sumber: BPS (2020)

Secara umum, subsektor perikanan terdiri dari perikanan tangkap dan budidaya. Pada tahun 2017, nilai produksi perikanan tangkap nasional lebih tinggi dibandingkan perikanan budidaya yaitu mencapai 51.3% dari total keseluruhan nilai produksi perikanan yaitu sebesar Rp197.3 triliun sedangkan perikanan budidaya sebesar Rp187.1 triliun (Tabel 2). Keunggulan perikanan tangkap terletak pada nilai produksi perikanan laut yaitu sebesar Rp184.6 triliun (Tabel 2).

Nilai perikanan laut tersebut hampir mendekati angka total nilai pada perikanan budidaya (KKP 2019). Nilai produksi ini akan memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian jika mampu diolah dan menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi seperti halnya yang terjadi pada sektor perikanan laut di Kenya (Theuri *et al.* 2014).

Tabel 2 Volume dan nilai produksi perikanan nasional 2017

Jenis Perikanan	Volume (ton)	Nilai Produksi (milyar rupiah)
Perikanan Tangkap :		
Perikanan Laut	6 603 631	184 620
Perairan Umum	467 821	12 717
Subtotal	7 071 452	197 337
Perikanan Budidaya :		
Jaring Apung Laut	76 175	10 346
Jaring Apung Tawar	353 748	8 111
Jaring Tancap Tawar	25 446	516
Karamba	243 728	7 260
Kolam Air Deras	70 043	1 713
Kolam Air Tenang	2 681 959	61 291
Laut Lainnya	62 450	2 122
Minapadi Sawah	82 870	2 249
Rumput Laut	9 746 045	21 189
Tambak Intensif	39 954	2 381
Tambak Sederhana	1 596 064	23 393
Tambak Semi Intensif	1 136 510	46 578
Subtotal	16 114 991	187 149
TOTAL	23 186 442	384 486

Sumber: KKP (2019)

Berdasarkan nilai produksi tersebut, industri perikanan di Indonesia sangat potensial. Meskipun demikian, produk perikanan cenderung bersifat tidak tahan lama sehingga diperlukan proses pengolahan untuk meningkatkan nilai produk perikanan. Selama ini, produk perikanan di Indonesia masih didominasi ikan beku (55.42%) dan ikan segar (13.06%), kemudian diikuti dengan olahan ikan asap (9.58%) dan ikan kaleng (5.69%) (KKP 2018). Pada kondisi tertentu, dibandingkan dengan ikan segar dan ikan beku, produk perikanan dapat meningkat nilainya apabila diolah menjadi produk perikanan olahan seperti ikan asap, ikan kaleng, dan olahan ikan lainnya.

Produk olahan ikan asap di Indonesia terus berkembang. Hal ini dikarenakan pengolahan produk perikanan menjadi ikan asap tergolong mudah baik dilakukan para pelaku usaha kecil, menengah maupun besar. Secara umum, pengasapan ikan di Indonesia merupakan salah satu metode pengawetan yang bersifat tradisional dengan menggunakan peralatan yang masih sangat sederhana. Metode pengasapan ini dapat mengawetkan ikan dan meningkatkan kualitas ikan, sehingga dapat memberikan nilai tambah produk perikanan.

Provinsi Jawa Tengah merupakan daerah kedua setelah Jawa Timur dengan angka volume produksi yang tinggi dalam pengolahan produk perikanan yaitu mencapai satu juta ton pada tahun 2017 (KKP 2018), termasuk pengolahan ikan

asap. Saat ini ada satu kawasan yang melakukan pengolahan ikan asap yaitu di Kabupaten Demak. Dalam perkembangannya, pengolahan ikan asap dilakukan secara bersama-sama oleh para pelaku usaha yang dikenal dengan daerah sentra pengolahan ikan asap. Salah satu sentra pengolahan ikan asap yang merupakan hasil binaan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) RI adalah sentra pengasapan ikan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Asap Indah. Sentra pengasapan ikan tersebut terletak di Desa Wonosari, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Secara keseluruhan, pada tahun 2019, nilai produksi ikan asap di Kabupaten Demak mencapai 4.89 ribu ton (Tabel 3). KUB Asap Indah memiliki pengolah sebanyak 76 kelompok yang mampu menghasilkan ikan asap rata-rata sebesar 9 ton per hari atau 120 kg per hari untuk setiap pengolah. Jenis ikan yang banyak diolah menjadi ikan asap oleh pengolah KUB Asap Indah yaitu ikan manyung (*Netuma thalassina*), tongkol (*Auxis thazard*), dan pari (*Gymnura sp*).

Tabel 3 Produksi pengolahan ikan di Kabupaten Demak 2019

Jenis Pengolahan	Produksi (ton)	Persentase (%)
Pengasapan ikan	4 886	43.9
Penggaraman ikan	2 540	22.8
Pemindangan ikan	1 725	15.5
Pelumatan daging ikan	1 307	11.7
Pengolahan ikan lainnya	677	6.1
Total	11 135	100

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Demak (2019)

Produk hasil pengasapan ikan dapat berupa produk jadi dan setengah jadi yang kemudian dapat diolah lebih lanjut menjadi olahan mangut. Produk ikan asap biasanya diolah menjadi mangut yang merupakan hidangan kuliner khas Jawa dengan bahan baku utama menggunakan ikan manyung, pari, atau lele yang sudah diasapkan terlebih dahulu (Dzaki dan Sugiri 2015). Selain diolah dan dijual secara langsung, saat ini ikan asap yang dihasilkan juga ada yang dikemas dalam kemasan yang lebih modern yaitu kemasan kedap udara (*vacuum*) agar penyimpanan lebih tahan lama dan dapat melindungi produk sehingga aman untuk dikonsumsi (Swastawati *et al.* 2017). Pengemasan ikan asap secara kedap udara tersebut telah mampu meningkatkan nilai tambah (*value added*) dan mempermudah dalam penjualan produk. Sebagai contoh, harga produk ikan asap dalam kemasan kedap udara sebesar Rp140 000 per kilogram, lebih tinggi jika dibandingkan produk ikan asap tanpa kemasan kedap udara sebesar Rp60 000 per kilogram (Arsiwi *et al.* 2018).

Proses menghasilkan produk ikan asap di Kabupaten Demak melibatkan banyak pelaku yang memiliki peranan penting di sepanjang rantai nilai (*value chains*) ikan asap seperti nelayan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan pengolah. Para pelaku di dalam rantai nilai tersebut memiliki peran masing-masing dalam menyampaikan produk hingga ke konsumen akhir. Meskipun demikian, aktivitas para pelaku dalam menyampaikan produk meliputi penciptaan nilai tambah sesuai dengan kemampuan setiap pelaku. Dalam arti lain, besarnya proses penambahan nilai yang dilakukan setiap pelaku erat kaitannya dengan perolehan margin pemasaran dan *farmer share* (Luhur dan Yusuf 2017). Sebagai

contoh, penjualan produk hasil pengasapan ikan di sebagian wilayah Kabupaten Demak, saat ini masih tergolong sangat tradisional yaitu menggunakan keranjang plastik yang diberikan alas berupa kertas atau daun. Hal ini menunjukkan aktivitas nilai tambah yang hanya menggunakan kemasan sederhana mengakibatkan kualitas dan umur simpan produk ikan asap yang dipasarkan menjadi turun (Arsiwi *et al.* 2018).

Aktivitas utama dalam menghasilkan produk ikan asap dapat diidentifikasi melalui peran pelaku yang terlibat di sepanjang rantai nilai mulai dari tingkat hulu hingga hilir. Hubungan kerjasama diantara para pelaku menunjukkan adanya suatu rantai yang terbentuk baik secara formal maupun informal untuk saling bekerjasama dan berkoordinasi dalam menyampaikan serta menghasilkan produk yang bernilai ke tangan konsumen. Aktivitas para pelaku tersebut termasuk dalam tata kelola rantai nilai dengan mengidentifikasi karakteristik hubungan antar pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai dan mengembangkan hubungan dari waktu ke waktu (Hastings *et al.* 2016).

Penelitian ini berfokus pada analisis rantai nilai produk ikan asap dengan titik masuk dari para pengolah di sentra pengasapan ikan yakni menggunakan pendekatan rantai nilai berbasis komoditas dan kawasan agribisnis (sentra). Hal ini bertujuan untuk melihat secara menyeluruh peranan setiap pelaku dalam upaya peningkatan nilai tambah dan menghasilkan produk yang bernilai dari komoditas perikanan laut yang beragam di dalam suatu kawasan agribisnis (sentra). Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan peranan para pelaku dalam aktivitas penciptaan nilai tambah dari produk perikanan dan memberikan peningkatan keuntungan khususnya bagi para pelaku di dalam rantai nilai produk ikan asap.

Perumusan Masalah

Kabupaten Demak merupakan wilayah pesisir di Jawa Tengah yang memiliki potensi sumberdaya cukup besar dari sektor perikanan khususnya perikanan laut. Para nelayan umumnya menjual hasil tangkapan dalam kondisi segar. Komoditas perikanan yang bersifat tidak tahan lama dan mudah rusak berdampak pada menurunnya kualitas ikan segar sehingga para nelayan harus menjual hasil tangkapan kepada pedagang pengumpul atau tengkulak dengan harga yang relatif rendah. Harga jual yang rendah menjadi salah satu risiko yang harus dihadapi nelayan selain hasil tangkapan yang berfluktuatif akibat faktor alam. Oleh sebab itu, pengolahan produk perikanan berperan dalam mengurangi risiko kerugian dan peningkatan nilai tambah agar mutu produk tetap terjamin.

Sebagian besar penduduk di wilayah pesisir Kabupaten Demak bekerja dari hasil perikanan seperti menjadi nelayan, pedagang pengumpul, pengecer, dan pengolah dengan komoditas utama berupa produk perikanan. Pengolahan hasil perikanan menjadi salah satu mata pencaharian yang banyak dilakukan oleh penduduk di wilayah pesisir Kabupaten Demak seperti pengeringan, pengasapan, dan pemindangan ikan serta pengolahan ikan lainnya. Dari beragam pengolahan hasil perikanan tersebut, pengasapan ikan merupakan yang paling banyak dilakukan warga masyarakat.

Pada umumnya, usaha pengolahan pengasapan ikan yang dilakukan masyarakat di Kabupaten Demak sudah berbentuk kelompok atau usaha kecil dan menengah (UKM). Saat ini, ada sebagian UKM pengasapan ikan yang merupakan binaan dari pemerintah dan bergabung menjadi kelompok usaha bersama (KUB) dalam sentra pengasapan ikan. Salah satu tujuan pembangunan sentra pengasapan ikan ini adalah untuk meningkatkan mutu hasil pengasapan ikan yang lebih higienis sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai (*value*) produk ikan asap tersebut. Hal ini dikarenakan selama ini produk hasil pengasapan ikan umumnya masih sangat tradisional dan menggunakan peralatan yang sederhana serta kurang memperhatikan aspek kebersihan produk dan lingkungan. Meskipun telah terpusat dalam suatu sentra, para pengolah masih dihadapkan pada beberapa masalah seperti umur simpan hasil olahan ikan asap yang pendek karena perlakuan hasil produk yang masih sangat sederhana seperti menggunakan kemasan keranjang plastik. Selain itu, rantai nilai ikan asap tergolong panjang, belum terkoordinasi, dan bersifat informal. Panjangnya rantai tersebut disebabkan produk yang dihasilkan masih berupa produk setengah jadi dan banyaknya jumlah pelaku yang terlibat di sepanjang rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah.

Potensi sumberdaya perikanan laut di wilayah Kabupaten Demak yang besar tidak selalu memberikan jaminan kesejahteraan ekonomi masyarakat di daerah tersebut. Berdasarkan data BPS Jawa Tengah (2019) jumlah rumah tangga miskin di Kabupaten Demak mencapai 13.41% dengan pendapatan per kapita yang relatif masih rendah. Salah satu penyebabnya adalah kegiatan pengolahan perikanan yang umum dilakukan masyarakat cenderung masih bersifat tradisional sehingga nilai (*value*) yang dihasilkan untuk sebuah produk olahan menjadi rendah dan berdampak pada kecilnya penerimaan dan keuntungan yang diperoleh.

Pada dasarnya, setiap pelaku di dalam rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah ini mulai dari hulu hingga ke hilir memiliki peranan atau fungsi yang berbeda-beda di dalam rantai nilai. Namun, hubungan antar pelaku yang belum terkoordinasi dan bersifat informal memberikan dampak pada ketidakselarasan dalam proses penciptaan nilai produk ikan asap. Berbagai risiko dan permasalahan yang muncul menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh seluruh pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai produk ikan asap. Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemetaan (*mapping*) rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah?
2. Bagaimana tata kelola (*governance*) dalam rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah?
3. Bagaimana proses peningkatan (*upgrading*) pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah?
4. Bagaimana aspek kinerja pada model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi pemetaan (*mapping*) rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah.
2. Menganalisis tata kelola (*governance*) dalam rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah.

3. Menganalisis proses peningkatan (*upgrading*) pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah.
4. Menganalisis aspek kinerja pada model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi yang dapat digunakan oleh berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi peneliti, sebagai sarana pengembangan dan peningkatan pengetahuan pemasaran secara luas terutama kemampuan analisis terhadap suatu permasalahan yang ada di sepanjang rantai nilai khususnya untuk produk ikan asap.
2. Bagi akademisi, sebagai tinjauan literatur dan informasi yang bersifat sangat dinamis sehingga dapat digunakan untuk menjadi acuan atau pedoman dalam penelitian rantai nilai selanjutnya.
3. Bagi pelaku agribisnis, sebagai media pembelajaran dalam melihat agribisnis sebagai suatu subsistem yang saling terkait dari hulu hingga hilir dan memahami subsistem pengolahan atau pemasaran yang memiliki peranan sangat penting dalam proses peningkatan nilai tambah komoditas pertanian khususnya komoditas perikanan di suatu kawasan agribisnis (sentra).
4. Bagi pemerintah, baik pusat maupun daerah yang dalam hal ini KKP RI dan dinas terkait lainnya yakni sebagai saran alternatif dalam menentukan kebijakan yang lebih memihak pada para pelaku di dalam rantai nilai produk ikan asap dan pengembangan kawasan atau sentra pengolahan produk perikanan di wilayah lainnya.

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai rantai nilai produk ikan asap di sentra pengasapan ikan di Desa Wonosari, Kabupaten Demak. Jenis komoditas perikanan yang diteliti yaitu ikan manyung, tongkol, dan pari yang merupakan bahan baku utama produk ikan asap yang paling banyak digunakan. Penelitian ini memiliki fokus pada identifikasi rantai nilai yang terdiri dari pemetaan (*mapping*), tata kelola (*governance*) dan peningkatan (*upgrading*) yang terbentuk dalam suatu rantai nilai. Aktivitas menambah nilai yang dilakukan setiap pelaku dalam rantai nilai dianalisis melalui besarnya margin, biaya, dan pendapatan yang diperoleh. Keseluruhan aktivitas setiap pelaku yang terlibat dilakukan analisis berkaitan dengan aspek-aspek kinerja di sepanjang rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah dengan menggunakan pendekatan margin produk yang kemudian dihasilkan suatu bentuk pemodelan secara kuantitatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Rantai Nilai

Pada rantai nilai produk perikanan terdapat aktivitas berupa aliran dalam menyampaikan suatu komoditas perikanan dari hulu ke hilir. Kegiatan yang dilakukan didasari oleh adanya kerjasama antara beberapa pelaku yang terlibat di dalam aliran untuk dapat menyampaikan atau mengirimkan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Para pelaku di dalam aliran rantai nilai memiliki peranan untuk menghasilkan suatu nilai yang dapat memberikan manfaat lebih bagi produk yang dihasilkan sehingga terbentuk suatu rantai nilai.

Pendekatan sistem digunakan untuk melihat rantai nilai sebagai sistem dengan banyaknya aktivitas dan pelaku yang terlibat. Rantai nilai dalam agribisnis terdiri dari berbagai perbedaan pelaku dan proses yang menambah nilai serta membawa produk dari produsen ke konsumen akhir. Analisis dalam agribisnis dapat berfokus pada pelaku individu terutama produsen petani kecil yang memberikan kontribusi signifikan untuk meningkatkan pendapatan dan memperkuat posisi kompetitif (Zakic *et al.* 2018).

Analisis rantai nilai dapat digunakan berdasarkan berbagai sudut pandang pelaku di dalam suatu rantai bergantung pada fokus penelitian. Sebagai contoh Nugroho *et al.* (2017) mengkaji rantai nilai komoditas ikan patin dari sudut pandang pelaku usaha agroindustri yang mengolah ikan patin di daerah Kampar, Riau. Begitu pula Purwaningsih (2015) yang menganalisis serangkaian nilai produk perikanan dari sisi industri pengolahan ikan lemuru di sekitar Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Muncar, Banyuwangi. Hal yang berbeda dilakukan oleh Kotni (2016) yang menganalisis manajemen rantai nilai produk perikanan laut di wilayah pesisir Andhra Pradesh, India dari sudut pandang seluruh pelaku yang terlibat dalam penyampaian produk seperti nelayan, pedagang perantara, dan pengecer. Berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan sudut pandang dari pelaku utama atau aktor kunci di dalam penciptaan nilai suatu produk ikan asap yaitu pengolah di sentra pengasapan ikan.

Penelitian mengenai rantai nilai umumnya membahas suatu rantai berdasarkan komoditas yang spesifik, seperti pada Mudzakir *et al.* (2018) meneliti tentang saluran pemasaran, margin pemasaran, *fisherman's share*, dan keuntungan masing-masing pelaku usaha untuk komoditas ikan teri di Pelabuhan Perikanan Pantai, Demak. Kemudian pada Kharie *et al.* (2017) menganalisis kondisi rantai nilai produk olahan tuna cakalang di Pulau Lembeh untuk pemasaran lokal di Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. Selain itu, pada Ferdous dan Ikeda (2017) meneliti tentang analisis rantai nilai pada perusahaan udang di Bangladesh untuk mengidentifikasi kesenjangan antar pelaku yang terjadi sehingga menyebabkan perusahaan menciptakan nilai tambah produk. Pada penelitian ini menggunakan komoditas perikanan yang berbeda karena fokus utama terletak pada produk akhir yaitu produk ikan asap yang merupakan hasil produk dari keterlibatan para pelaku dalam upaya penciptaan nilai tambah.



Pemetaan Rantai Nilai

Pada rangkaian aktivitas utama setiap pelaku dalam rantai nilai dapat dilakukan proses pemetaan (*mapping*). Analisis ini mencakup suatu pendekatan yang bersifat kualitatif dan kuantitatif (Hellin dan Meijer 2006). Proses pemetaan di dalam analisis rantai nilai perlu mengidentifikasi suatu proses inti yang terjadi yaitu serangkaian aktivitas mulai dari input produksi sebagai bahan baku hingga produk akhir yang akan dipasarkan kepada konsumen.

Yusuf dan Azis (2016) membuat suatu model rantai nilai pada produk olahan *fillet* tuna di Kota Kendari yakni diawali dengan pendekatan kualitatif melalui analisis terkait informasi yang diperoleh dari masyarakat mengenai kondisi nyata suatu aktivitas rantai nilai usaha *fillet* tuna. Model pemetaan rantai nilai usaha *fillet* tuna di Kota Kendari terdiri dari nelayan, pedagang pemborong, pelabuhan perikanan, dan yang terakhir adalah lokasi produksi *fillet* tuna. Setiap pelaku rantai nilai secara umum melakukan fungsi pemasaran yang berkaitan dengan pemindahan fisik dari ikan tuna yakni penggunaan transportasi sebagai akses pemindahan bahan baku. Output dari proses pemetaan adalah berbagai model diagram aliran yang berbeda sesuai dengan tujuan setiap pelaku yang terlibat. Setelah mendapatkan model diagram aliran yang diperlukan maka fokus berikutnya adalah perhitungan atau kuantifikasi yang bergantung pada ketersediaan dan keandalan data sekunder atau data statistik melalui pendekatan kuantitatif (Zakic *et al.* 2018).

Pendekatan yang bersifat kuantitatif digunakan dalam proses pemetaan rantai nilai meliputi analisis terhadap besarnya volume produk yang mengalir sepanjang rantai nilai, perubahan harga yang terjadi, dan margin produk yang diperoleh setiap pelaku. Wastra *et al.* (2016) menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis besarnya margin yang diperoleh setiap pelaku rantai nilai seperti pedagang olahan ikan yang memperoleh margin terbesar (Rp44 892.05 per kilogram) dan petani memperoleh margin terkecil (Rp152.22 per kilogram). Analisis yang bersifat kuantitatif akan menjadi pendukung suatu analisis kualitatif yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga pemetaan yang dihasilkan menjadi lebih informatif.

Tata Kelola Rantai Nilai

Analisis rantai nilai yang berikutnya adalah tata kelola (*governance*) yang mengacu pada struktur hubungan dan mekanisme koordinasi diantara setiap pelaku. Tata kelola memastikan adanya interaksi para pelaku di dalam rantai nilai telah berjalan dengan baik, terorganisir, terpola, dan bukan hanya sekedar aktivitas secara acak. Tata kelola terjadi pada saat beberapa pelaku di dalam rantai nilai bekerja sama untuk berusaha memenuhi kriteria yang ditetapkan seperti standar mutu bahan baku, waktu, dan volume pengiriman dalam memenuhi kriteria suatu industri pengolahan (ACIAR 2012). Suatu rantai nilai dapat beroperasi atas dasar hubungan atau kemampuan setiap pelaku untuk mengadopsi pendekatan relasional. Analisis tata kelola rantai nilai dapat dijadikan suatu metode untuk mengembangkan hubungan di sepanjang rantai nilai seperti kegiatan kolaborasi dan kerja sama yang lebih erat (Hastings *et al.* 2016).

Analisis rantai nilai yang berkaitan dengan tata kelola menjadi konsep penting yang perlu diperhatikan. Sebagai contoh proses implementasi tata kelola yang berbasis jaringan (*network governance*) pada usaha perikanan tangkap dilakukan suatu analisis yang mencakup sistem tata kelola ketika panen, pascapanen, hingga produk yang dihasilkan sampai ke tangan konsumen. Tata kelola tersebut seperti perilaku nelayan yang tidak menggunakan bahan peledak dalam menangkap ikan, pengadaan kapal, alat tangkap, alat pendingin, pengembangan pelabuhan perikanan, hingga penggunaan internet dalam memberikan informasi kepada konsumen terkait ketersediaan ikan (Soemaryani *et al.* 2015). Hal ini menunjukkan adanya proses tata kelola diantara pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai untuk memenuhi kriteria yang ditetapkan dan memberikan produk akhir yang baik hingga sampai ke tangan konsumen.

Setiap pelaku dalam rantai nilai memiliki keterkaitan satu sama lain. Namun, sangat sedikit kerja sama formal yang terbentuk. Transaksi yang terjadi juga hanya berdasarkan pasar dan harga. Salah satu alternatif untuk membangun koordinasi antar pelaku yaitu dengan membentuk asosiasi industri di setiap tingkatan (Ndyetabula *et al.* 2014), tetapi terdapat beberapa hal yang harus dilakukan oleh pelaku utama rantai nilai seperti partisipasi anggota asosiasi dalam kegiatan pemasaran buah-buahan kering dan sayuran di Tanzania (Ndyetabula *et al.* 2014).

Tata kelola yang terbentuk diantara para pelaku tidak selalu berupa hubungan yang formal melainkan hubungan informal. Secara umum, hubungan informal didasari oleh adanya rasa kepercayaan dan hubungan jangka panjang. Rosales *et al.* (2017) menjelaskan adanya hubungan informal dalam perdagangan ikan di Filipina yang disebut hubungan *suki* yaitu hubungan kredit yang mengharuskan nelayan menjual ikan kepada pedagang dengan harga yang telah ditentukan. Selanjutnya pedagang akan memberikan pinjaman, modal, dan bentuk pelayanan lainnya kepada nelayan sehingga hubungan akan berlangsung dalam jangka panjang serta saling ketergantungan. Mishra dan Dey (2018) juga menjelaskan tata kelola yang berbentuk informal memiliki kondisi yang lebih kompleks dari pada tata kelola yang berbentuk formal atau hubungan kontrak tertulis. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa pelaku rantai nilai yang cenderung memperoleh informasi secara sebagian atau tidak lengkap (*asymmetric information*) terutama mengenai harga.

Peningkatan Rantai Nilai

Tahapan analisis rantai nilai berikutnya adalah analisis peningkatan yang mencakup adanya suatu peranan yang memberikan dampak perubahan terhadap suatu produk, proses, dan fungsi (ACIAR 2012). Produk perikanan merupakan salah satu produk pangan yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut karena bersifat mudah rusak atau mengalami penurunan kualitas. Adanya pengolahan produk perikanan yaitu bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk terutama dalam hal menjaga umur simpan produk menjadi lebih lama. Selain itu, produk perikanan yang telah diolah lebih lanjut akan memberikan nilai tambah berupa rasa yang lebih baik. Sebagai contoh Alhassan (2012) yang mengkaji sebagian besar konsumen di Tamale Metropolis lebih menyukai produk ikan asap daripada

ikan beku karena ikan asap dianggap memiliki rasa yang lebih baik dan umur simpan yang lebih lama.

Produk perikanan yang diolah lebih lanjut membutuhkan adanya penggunaan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi khususnya dalam proses produksi. Nilai tambah yang dihasilkan dari kegiatan usaha pengolahan produk perikanan sangat berkaitan dengan aspek teknis seperti teknologi, bahan baku, dan tenaga kerja. Selain itu, aspek non teknis juga turut memengaruhi besarnya nilai tambah seperti biaya input dan harga output (Nurhayati 2004). Inovasi menjadi salah satu penentu terwujudnya proses nilai tambah atau diversifikasi pada produk perikanan. Berdasarkan Silovs dan Dmitrijeva (2018) modernisasi teknologi pengolahan ikan mengacu pada tiga hal yaitu peningkatan teknologi, jaminan kualitas, dan diversifikasi yang akan memberikan dampak munculnya peningkatan kebutuhan investasi. Faktor biaya memengaruhi peningkatan produk dan proses pengolahan produk ikan asap. Oleh sebab itu, perlu adanya suatu model pembiayaan yang dikhususkan untuk usaha mikro dan kecil di dalam rantai nilai yang dapat memudahkan pelaku usaha mengakses kredit mikro dari berbagai sumber baik interal maupun eksternal (Darko-Koomson *et al.* 2020).

Pada rantai nilai produk olahan perikanan terdapat beberapa pelaku yang terlibat dalam melakukan peningkatan fungsi lebih dari satu aktivitas nilai tambah seperti pemindahan tempat, penyimpanan, dan pengolahan. Berdasarkan Luhur dan Yusuf (2017) menunjukkan adanya aktivitas nilai tambah pada rantai nilai komoditas ikan cakalang di Kota Ambon seperti proses pengolahan pengasapan pada bahan baku utama ikan cakalang. Kemudian aktivitas pedagang pengumpul yang menjual ikan cakalang kepada pedagang pengecer dengan melakukan proses pemindahan tempat dan pengemasan ikan cakalang. Begitu pula dengan nelayan sebagai pelaku pertama dalam rantai nilai yang menggunakan alat tangkap untuk menangkap ikan cakalang.

Secara umum, aktivitas nilai tambah yang dilakukan oleh para pelaku di dalam rantai nilai ikan cakalang di Kota Ambon berupa satu aktivitas utama yang berbeda-beda sesuai dengan fungsi dan peranan setiap pelaku. Hal ini berbeda dengan nelayan di Andhra Pradesh India yang melakukan peningkatan fungsi yaitu tidak hanya menangkap dan menjual ikan tetapi juga melakukan aktivitas nilai tambah (*value added activities*) lebih dari satu aktivitas seperti membersihkan, menilai, memisahkan, mencuci, menimbang, mendinginkan, dan mengemas ikan (Kotni 2016). Hal tersebut dilakukan oleh nelayan untuk memperoleh margin yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Secara teknis, aktivitas peningkatan yang dilakukan oleh para pelaku di dalam rantai nilai dapat dihitung melalui pendekatan kuantitatif. Analisis tersebut menggunakan perhitungan besarnya biaya dan margin. Tujuan utama menganalisis biaya dan margin adalah untuk mengetahui seberapa besar margin yang diperoleh dan upaya dalam meningkatkan margin per unit produk. Pada Mudzakir *et al.* (2018) lembaga yang menikmati keuntungan terbesar adalah pengolah ikan kering tawar yaitu sebesar 76% dan terkecil adalah pedagang ikan kering tawar yaitu sebesar 19%. Jika dilihat per individu pelaku usaha maka yang menikmati keuntungan terbesar adalah pengolah ikan teri kering rebus sebesar 18.42% dan terkecil nelayan ABK sebesar 0.04%.

Peningkatan suatu rantai di dalam rantai nilai produk perikanan juga dapat dianalisis menggunakan margin pemasaran dan *farmer share*. Walaupun secara

umum nilai margin pemasaran dan *farmer share* biasa digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dari suatu sistem pemasaran. Namun, setiap perolehan besaran margin pemasaran dan *farmer share* sangat ditentukan oleh kontribusi aktivitas atau fungsi pemasaran yang dilakukan pelaku dalam rantai nilai. Adapun besarnya kontribusi aktivitas dapat diidentifikasi melalui besarnya biaya yang dikeluarkan (ACIAR 2012). Pada Gandhy *et al.* (2019) menjelaskan perolehan *farmer share* 84% dan margin pemasaran Rp3 500 disebabkan oleh aktivitas yang terjadi di saluran pemasaran 2 ikan lele di Parung-Bogor tergolong singkat yaitu pembudidaya ikan lele langsung menjual ke pedagang pengecer dengan harga yang lebih tinggi. Harga jual ditingkat pembudidaya umumnya sebesar Rp16 500 tetapi pembudidaya di saluran 2 mampu menjual dengan harga Rp18 500. Artinya, selisih Rp2 000 dari harga jual pembudidaya dapat menunjukkan adanya tambahan aktivitas yang dilakukan pembudidaya yaitu tidak hanya membudidayakan ikan lele, melainkan juga melakukan aktivitas atau fungsi lainnya.

Besarnya perolehan margin pemasaran dan *farmer share* yang digunakan dalam analisis peningkatan juga dapat menggambarkan adanya distribusi pendapatan secara merata yang diterima pelaku di sepanjang rantai nilai. Sumaiyah *et al.* (2013) menjelaskan para pelaku pemasaran komoditas bawang merah kering di Pamekasan memperoleh distribusi margin yang merata yaitu sebesar 33.34% untuk pedagang pengumpul, 33.33% untuk pedagang grosir, dan 33.32% untuk pedagang pengecer. Adapun *farmer share* atau penerimaan petani bawang merah kering yaitu sebesar 84.74%. Besarnya persentase *farmer share* menunjukkan adanya persebaran harga yang merata di setiap pelaku selain petani yaitu 5.09% untuk pedagang pengumpul dan pedagang pengecer serta 5.08% untuk pedagang grosir. Hal tersebut membuktikan bahwa margin pemasaran dan *farmer share* dapat menjadi alat pendukung dalam menganalisis peningkatan di dalam rantai nilai.

Model Rantai Nilai

Rantai nilai umumnya digunakan sebagai analisis terhadap berbagai kegiatan yang kompleks yakni melihat peranan berbagai pelaku seperti produsen utama, pedagang, dan pengolah untuk membawa produk melalui rantai hingga menghasilkan produk yang bernilai (ACIAR 2012). Penelitian mengenai rantai nilai sebagian besar lebih menekankan pada proses identifikasi, analisis, dan pengetahuan mengenai berbagai aktivitas pemasaran dalam rantai nilai.

Penelitian Rosales *et al.* (2017) merupakan salah satu contoh penelitian yang bersifat identifikasi di dalam rantai nilai yaitu menunjukkan bahwa analisis rantai nilai dilakukan untuk mengidentifikasi peningkatan, yaitu peningkatan kualitas dan desain produk yang memungkinkan para pelaku untuk mendapatkan nilai lebih atau melalui diversifikasi di lini produk yang dilayani. Pelaksanaan analisis rantai nilai melibatkan pemeriksaan tentang bagaimana setiap pelaku individu beroperasi, apa yang terjadi di antara pelaku, apa yang membuat pelaku bekerja sama, informasi apa yang dibagikan, dan bagaimana hubungan kekuasaan yang terjadi. Kemudian pada penelitian Kabu dan Tira (2015), menjelaskan bahwa peta rantai nilai sektor perikanan di Kupang masih tergolong singkat dan

didominasi oleh pedagang lokal. Namun, eksportir dan pedagang besar lokal memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan para pelaku perikanan lainnya.

Adapun penelitian mengenai model rantai nilai memberikan gambaran khusus terhadap pemahaman suatu teori secara mendalam, seperti pada penelitian Supriatna *et al.* (2014) yang bertujuan menyusun suatu pemodelan rantai nilai komoditas perikanan tuna, tongkol, dan cakalang (TTC) untuk menduga adanya pola interaksi setiap pelaku dalam aktivitas pengembangan rantai nilai perikanan TTC. Selain itu, pada Nariyono *et al.* (2018) juga membuat suatu pemodelan rantai nilai untuk menganalisis kontribusi rantai nilai terhadap peningkatan daya saing perikanan tuna di Kabupaten Cilacap dan sekitarnya yang membuktikan bahwa rantai nilai mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya saing industri tuna. Suatu model rantai nilai memberikan analisis lebih mendalam karena dalam pemodelan telah melalui tahapan sistematis atas dasar teori dan proses pengujian statistika yang didasari fakta-fakta di lapangan sehingga model rantai nilai yang terbentuk merupakan deskripsi menyeluruh mengenai aktivitas rantai nilai.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka Pemikiran Teoritis

Konsep Rantai Nilai

Rantai nilai dapat didefinisikan dari dua sudut pandang yang berbeda, yaitu dalam arti mikro dan makro. Definisi rantai nilai dalam arti sempit yaitu serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh beberapa bagian di dalam suatu perusahaan untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Konsep ini hanya mencakup kegiatan menghasilkan nilai tambah di dalam suatu lingkup perusahaan. Pada Porter (1985) kerangka rantai nilai digunakan untuk mengkaji suatu perusahaan dalam upaya menentukan posisi atau peranan di pasar serta di dalam hubungan antara perusahaan dengan para pemasok, pembeli, dan pesaing. Sedangkan, rantai nilai dalam arti luas merupakan berbagai kegiatan kompleks yang melibatkan peranan berbagai pelaku seperti produsen utama, pedagang, dan pengolah untuk membawa produk melalui suatu rantai hingga menghasilkan produk yang bernilai (ACIAR 2012).

Peranan setiap pelaku di sepanjang rantai nilai merupakan bentuk persaingan secara sehat untuk memperoleh suatu margin yang diinginkan. Setiap pelaku berupaya menentukan strategi yang dapat dilaksanakan agar dapat bersaing dengan pelaku lainnya. Strategi bersaing yang umum dilakukan oleh setiap pelaku rantai nilai adalah keunggulan biaya dan diferensiasi (Porter 1985). Kedua strategi bersaing tersebut akan menunjukkan suatu posisi relatif daya saing pelaku usaha di dalam sebuah industri. Berdasarkan Porter (1985) keunggulan biaya berkaitan erat dengan besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha sebagai bentuk aktivitas penciptaan nilai tambah terhadap suatu produk. Secara umum, apabila biaya yang dikeluarkan pelaku usaha lebih rendah dibandingkan biaya pesaingnya

maka dapat dikatakan pelaku usaha tersebut memiliki keunggulan dari sisi biaya. Selain itu, Porter (1985) juga menjelaskan strategi bersaing diferensiasi yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu aktivitas yang dilakukan sebagai upaya dalam menghasilkan nilai tambah suatu produk (barang/jasa) yang memiliki ciri khas atau keunikan tertentu. Sebagai contoh, suatu produk yang bernilai akan tetap dibeli oleh konsumen walaupun dengan harga yang tinggi karena produk tersebut memiliki atribut manfaat (*benefit*) yang dibutuhkan oleh konsumen (Porter 1985).

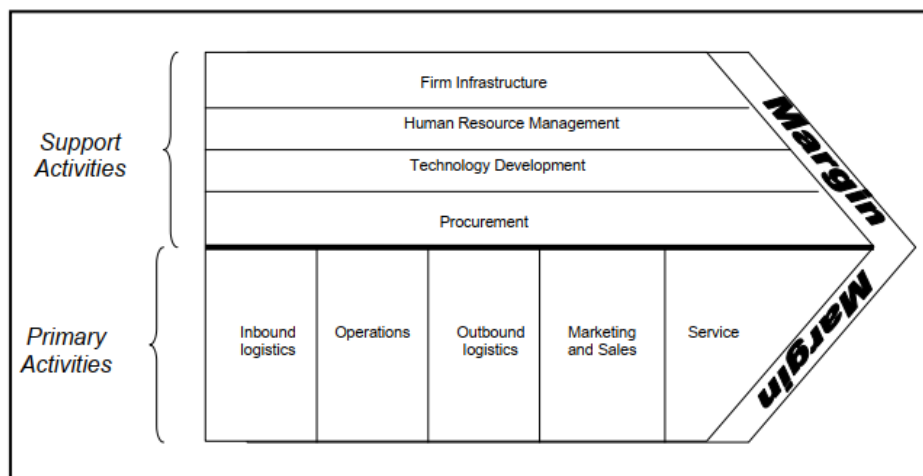
Konsep rantai nilai yang digunakan dalam penelitian ini yaitu serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha untuk menghasilkan nilai suatu produk bagi konsumen. Terdapat perbedaan antara konsep rantai nilai dengan rantai pasok yaitu rantai pasok lebih menekankan proses pendistribusian logistik seperti proses pemindahan suatu komoditas menjadi produk dari produsen ke konsumen akhir (Chopra dan Meindl 2007). Ada dua pendekatan utama dalam konsep rantai nilai (ACIAR 2012), yaitu:

1. Pendekatan Filiere

Konsep rantai nilai berdasarkan pendekatan Filiere yaitu suatu konsep yang awalnya digunakan untuk menganalisis usaha pertanian kontrak (*contract farming*) dan integrasi vertikal pada pertanian di Perancis tahun 1960-an. Pendekatan Filiere ini fokus pada terbentuknya suatu hubungan sistem produksi dan industri pengolahan, perdagangan, ekspor, dan konsumsi akhir. Adanya proses pemetaan alur komoditas dan proses identifikasi setiap pelaku dalam pendekatan ini mirip dengan konsep rantai nilai secara luas. Perbedaan pendekatan Filiere terletak pada isu-isu hubungan teknis yang bersifat fisik dan kuantitatif.

2. Kerangka Porter

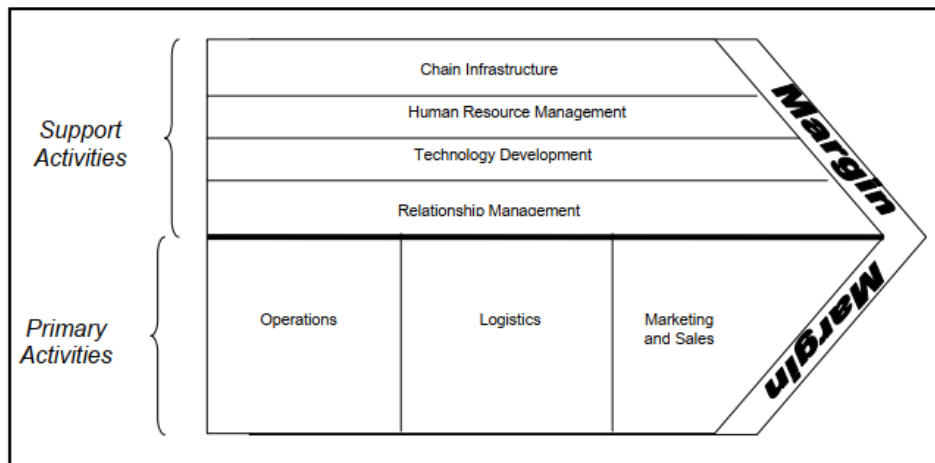
Pada Gambar 1 menunjukkan suatu konsep rantai nilai menurut kerangka Porter yang merupakan gambaran suatu perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pemasok, pembeli, dan pesaing di dalam suatu pasar. Fokus utama pada kerangka Porter ini adalah berkaitan dengan keunggulan kompetitif suatu perusahaan untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai setara dengan perusahaan pesaing dengan strategi yang lebih unggul. Hal ini erat kaitannya dengan proses keputusan manajemen.



Gambar 1 Rantai nilai Porter
Sumber: Porter (1985)

Kerangka Porter menjelaskan bahwa daya saing perusahaan tidak selalu berhubungan dengan proses produksi tetapi dapat dianalisis dengan melihat rantai nilai meliputi perancangan produk, penyediaan input, logistik, pemasaran, purna jual dan layanan pendukung seperti perencanaan strategis, manajemen sumber daya manusia (SDM), pengembangan teknologi, dan kegiatan penelitian. Pada kerangka Porter terdapat alat analisis bagi perusahaan untuk menghasilkan produk dengan sumberdaya yang memiliki keunggulan kompetitif. Analisis rantai nilai Porter memiliki dua aktivitas, yaitu aktivitas primer (*primary activities*) dan pendukung (*support activities*).

Konsep rantai nilai Porter telah mengalami proses pengembangan yaitu semula konsep rantai nilai ini hanya digunakan dalam lingkup suatu perusahaan, namun saat ini telah dimodifikasi agar dapat digunakan dalam menangani hal-hal atau aktivitas di sepanjang sistem rantai nilai. Adapun untuk memudahkan dalam penerapan konsep rantai nilai Porter di tingkat rantai dapat mengacu pada kerangka rantai nilai yang telah dimodifikasi (Gambar 2). Penjelasan yang berkaitan dengan kerangka modifikasi ditandai oleh keterangan yang digarisbawahi (*underlined*) seperti yang dijelaskan menurut Attaiie dan Fourcadet (2003) berikut ini:



Gambar 2 Rantai nilai Porter (modifikasi)
Sumber: Attaiie dan Fourcadet (2003)

Aktivitas Utama

Operasi: Aktivitas yang berkaitan dengan proses perubahan mulai dari input hingga menjadi produk akhir yang melibatkan beberapa pelaku. Sebagai contoh pada produsen pertanian, aktivitas operasinya meliputi irigasi, pemberian pupuk, dan panen. Pada pengolah atau UKM, aktivitas operasinya meliputi jenis metode pengolahan dengan teknologi sederhana (seperti pengeringan matahari) hingga teknologi canggih (seperti pengeringan dengan alat atau mesin). Berbeda dengan di tingkat perusahaan yang melakukan kegiatan produksi oleh internal perusahaan.

Logistik: Fokus utama pada analisis ini adalah di tingkat rantai, sehingga yang berkaitan dengan logistik hanya memperhatikan bagian logistik keluar yaitu semua aktivitas logistik yang berhubungan dengan aliran produk dari satu pelaku ke pelaku lainnya dalam suatu rantai nilai. Berbeda dengan di tingkat perusahaan

yang memisahkan antara logistik masuk (*inbound logistics*) dan logistik keluar (*outbound logistics*).

Pemasaran dan penjualan: Semua aktivitas yang diperlukan untuk memberikan pembeli sarana untuk membeli produk. Pemasaran dan penjualan harus dipertimbangkan pada setiap langkah transaksi antara pelaku rantai nilai seperti dari produsen pertanian ke pengolah atau ke pedagang antara dan terakhir berkaitan dengan penjualan produk ke konsumen akhir. Pemasaran dan penjualan mencakup kegiatan di semua tingkatan rantai pelaku seperti iklan, harga, promosi, dan pemilihan saluran.

Aktivitas Pendukung

Infrastruktur rantai: Aktivitas yang berkaitan dengan infrastruktur di perusahaan juga berlaku di tingkat rantai, karena erat hubungannya dengan aktivitas kerjasama dan koordinasi setiap pelaku dalam rantai yang juga membutuhkan manajemen tertentu. Oleh sebab itu, istilah "Infrastruktur Rantai" merupakan modifikasi dari "Infrastruktur Perusahaan". Sebagai contoh pedagang pengecer yang memiliki pengaruh kuat akan memberikan instruksi tentang persyaratan kualitas yang harus dipenuhi oleh pelaku lain di tingkat sebelumnya (hulu).

Manajemen sumber daya manusia: Pada suatu perusahaan, manajemen sumber daya manusia berhubungan dengan kegiatan perekrutan, pelatihan, upah, dan kompensasi dari pelaku yang terlibat dalam kegiatan utama atau kegiatan pendukung. Namun, aktivitas manajemen sumber daya manusia di tingkat rantai terdiri dari aktivitas seperti pembagian personil antara sekelompok produsen untuk aktivitas tertentu atau kelompok pelaku tertentu (kelompok pengolah/UKM) yang mendapatkan pelatihan terkait dengan persyaratan kualitas atau peraturan tertentu mengenai suatu produk.

Pengembangan teknologi: Semua jenis teknologi, pengetahuan, atau prosedur yang diperlukan setiap pelaku untuk kegiatan utama atau kegiatan pendukung di setiap tingkat rantai seperti teknologi manufaktur. Pada tingkat rantai, teknologi spesifik mungkin diperlukan untuk meningkatkan interaksi antara pelaku rantai, seperti teknologi komunikasi untuk memfasilitasi prosedur pemesanan atau teknologi transportasi untuk distribusi yang lebih cepat.

Manajemen hubungan: Pada lingkup analisis rantai nilai, fokus utama adalah manajemen hubungan, bukan hanya sekedar pada aktivitas pengadaan saja. Adanya interaksi diantara setiap pelaku mungkin hanya didasarkan pada saling pengertian atau kontrak secara tertulis. Namun, dalam pelaksanaannya hal tersebut sangat berkaitan dengan aktivitas kerjasama atau manajemen hubungan, apakah itu hanya suatu hubungan yang informal atau adanya ketentuan kontrak tertulis yang dimiliki oleh setiap pelaku.

Menurut Attaie dan Fourcadet (2003) aktivitas utama dan pendukung yang telah dijelaskan diatas merupakan konsep rantai nilai Porter yang mendasari proses penciptaan nilai suatu produk. Adapun tujuan utama dari keseluruhan aktivitas tersebut adalah untuk memperoleh margin. Definisi margin merupakan perbedaan total nilai atas biaya-biaya untuk melakukan nilai kegiatan. Margin yang dihasilkan menjadi dasar dalam mengetahui tingkat keuntungan yang akan diperoleh.

Pemetaan Rantai Nilai

Pada konsep rantai nilai terdapat suatu proses pemetaan (*mapping*) yang dapat memberikan gambaran umum mengenai serangkaian aktivitas setiap pelaku untuk menghasilkan suatu produk. Pemetaan rantai nilai memiliki beberapa tujuan utama yaitu memperoleh informasi mengenai para pelaku yang terlibat, mengidentifikasi suatu hambatan dan solusi dalam pelaksanaan aktivitas pemasaran, mengetahui jaringan lokasi para pelaku, memahami adanya ketergantungan antar pelaku, dan mengetahui besarnya manfaat atau margin setiap pelaku dalam upaya peningkatan nilai tambah suatu produk (DFID 2008).

Menurut Kaplinsky dan Morris (2002), permasalahan utama dalam pemetaan rantai nilai adalah bagaimana mendapatkan angka dan nilai sebagai suatu variabel yang akan diteliti. Pengumpulan data dimulai dari setiap pelaku yang merupakan responden dalam rantai nilai seperti pengukuran nilai output berupa volume produk yang dialirkan beserta informasi terkait harga. Selain itu, jumlah pelaku yang terlibat dalam rantai nilai dapat diukur dengan mudah melalui pemetaan.

Pelaku yang terlibat di sepanjang rantai nilai dapat disebut lembaga pemasaran yaitu individu atau organisasi yang melakukan aktivitas bisnis terutama dalam mengalirkan produk dari produsen ke konsumen dan saling berkaitan antara individu yang satu dengan individu atau organisasi lainnya (Kotler dan Armstrong 2008). Lembaga pemasaran mempunyai peranan penting dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Adapun lembaga pemasaran yang terlibat di dalam proses pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2008), diantaranya :

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah lembaga pemasaran yang berhubungan langsung dengan produsen seperti petani dan nelayan. Umumnya pedagang pengumpul melakukan transaksi secara tunai, kredit, maupun kontrak pembelian.

2. Pedagang Besar

Pedagang besar merupakan lembaga pemasaran yang memiliki kemampuan dalam menampung komoditas yang diperoleh dari sekumpulan pedagang pengumpul dan mendistribusikannya kembali ke lembaga pemasaran berikutnya seperti agen penjualan atau pengecer.

3. Agen Penjualan

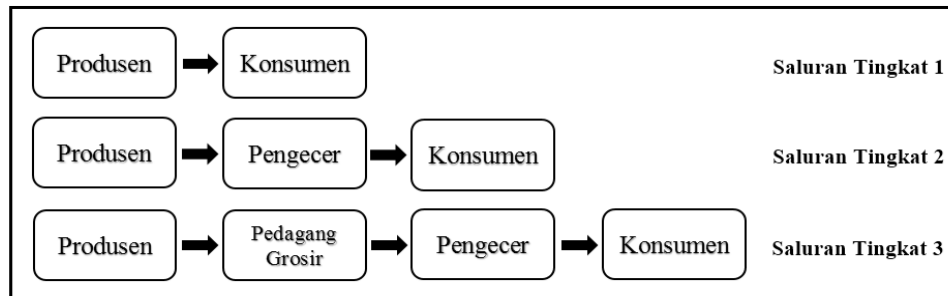
Agen penjualan yaitu lembaga pemasaran yang membeli komoditas pertanian dalam jumlah besar namun dengan harga yang relatif murah. Komoditas yang dibeli agen penjualan ada yang sudah ataupun belum mengalami proses pengolahan terlebih dahulu.

4. Pengecer

Pengecer adalah lembaga pemasaran paling akhir yang menjual komoditas pertanian kepada konsumen dan bersifat komersial. Hasil penjualan produk yang dilakukan pengecer menjadi penentu keberhasilan peranan lembaga pemasaran sebelumnya di dalam rantai pemasaran.

Setiap pelaku yang terlibat akan membuat suatu jaringan berupa saluran pemasaran yang merupakan aliran produk yang melibatkan beberapa pelaku sebagai lapisan perantara dengan fungsi pemasaran yang dilakukan masing-masing dalam upaya menyampaikan produk kepada konsumen akhir (Kotler dan Armstrong 2008). Jumlah keterlibatan setiap pelaku dalam saluran pemasaran

memengaruhi kompleksitas proses pengendalian. Pada saluran pemasaran terdapat beberapa aliran yang terjadi seperti aliran material, aliran kepemilikan, aliran pembayaran, dan aliran informasi. Para pelaku yang terlibat dalam saluran pemasaran saling bergantung, bekerja sama, dan berkoordinasi untuk mencapai tujuan bersama yaitu menyampaikan produk kepada konsumen akhir.



Gambar 3 Tingkatan dalam saluran pemasaran
Sumber: Kotler dan Armstrong (2008)

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan diagram alir tingkatan saluran pemasaran. Pada saluran pemasaran memiliki beberapa tingkatan yang menggambarkan aliran produk dengan melibatkan sebagian atau keseluruhan pelaku atau lembaga pemasaran.

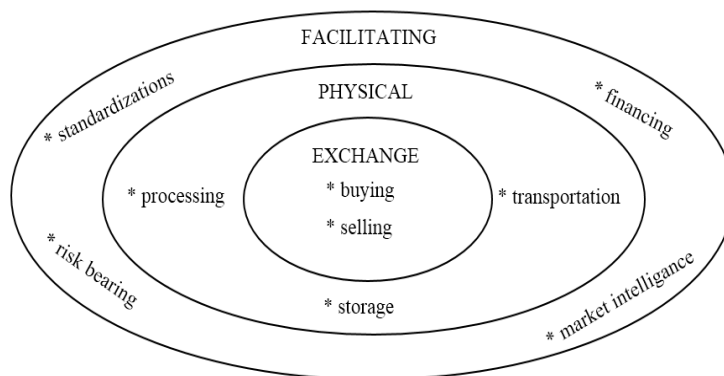
Saluran pemasaran di tingkat pertama adalah saluran pemasaran secara langsung (*direct marketing channel*) yaitu aktivitas mengalirkan produk yang tidak melibatkan pelaku lembaga pemasaran yaitu secara langsung dari produsen langsung kepada konsumen. Saluran pemasaran di tingkat kedua adalah saluran pemasaran yang hanya melibatkan satu pelaku lembaga pemasaran yaitu dari produsen ke pengecer dan terakhir ke konsumen. Berbeda dengan saluran pemasaran tingkat satu dan dua, pada saluran pemasaran tingkat ketiga melibatkan beberapa lembaga pemasaran sebagai perantara di dalam saluran pemasaran, mulai dari produsen, pedagang grosir, pengecer, dan berakhir ke konsumen. Setiap lembaga pemasaran atau pelaku yang terlibat dapat melakukan suatu koordinasi yang baik untuk menciptakan strategi peningkatan aktivitas pemasaran seperti membangun hubungan kemitraan sehingga produk dapat sampai ketangan konsumen dengan baik.

Para pelaku disepanjang rantai nilai melakukan aktivitas utama atau fungsi pemasaran yaitu aktivitas bisnis yang berkaitan dengan proses meningkatkan atau menciptakan suatu nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Asmarantaka 2014). Para pelaku yang terlibat dalam saluran pemasaran melakukan fungsi yang berbeda-beda sesuai dengan kapasitas kemampuan yang dimiliki. Manfaat memahami fungsi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku adalah untuk mengidentifikasi aktivitas nilai tambah dalam menghasilkan besarnya margin keuntungan atas biaya yang telah dikeluarkan.

Terdapat tiga karakteristik dalam fungsi pemasaran (Kohls dan Uhl 2002) yaitu biaya pemasaran dan nilai suatu produk yang terlihat sebagai dampak dari fungsi pemasaran, adanya kemungkinan dalam mengurangi lembaga pemasaran atau pelaku dalam rantai tetapi tidak mungkin menghilangkan fungsi pemasaran, dan fungsi pemasaran dapat dilakukan oleh lembaga pemasaran manapun selama fungsi yang dilakukan tersebut untuk meningkatkan nilai guna suatu produk.

Adapun yang termasuk dalam fungsi-fungsi pemasaran menurut Dahl dan Hammond (1977) diantaranya fungsi pertukaran yaitu aktivitas dalam pemindahan hak milik suatu produk meliputi kegiatan pembelian, penjualan, dan pengumpulan. Kemudian fungsi fisik adalah aktivitas pergerakan dan perubahan fisik suatu produk meliputi kegiatan penyimpanan, pengolahan, pengemasan, dan pengangkutan. Selanjutnya fungsi fasilitas merupakan aktivitas yang mendukung segala kegiatan dalam fungsi pertukaran dan fisik meliputi standardisasi, keuangan, risiko, komunikasi, dan promosi.

Fungsi pemasaran mengalami suatu perkembangan dalam proses analisis sistem pemasaran sesuai dengan jenis komoditas atau produk yang diamati. Karakteristik komoditas pertanian yang cenderung mudah rusak dan tidak tahan lama memberikan gambaran khusus mengenai fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku atau lembaga pemasaran, seperti aktivitas penjualan, penyimpanan, pengolahan, risiko, dan standardisasi (Gambar 4). Berikut ini diagram fungsi-fungsi pemasaran menurut Kohls dan Uhl (2002) :



Gambar 4 Diagram fungsi-fungsi pemasaran
Sumber: Kohls dan Uhl (2002)

Tata Kelola Rantai Nilai

Berdasarkan tahapan rantai nilai yang terdapat pada ACIAR (2012) tata kelola (*governance*) merupakan salah satu analisis yang digunakan dalam rantai nilai untuk mengidentifikasi berbagai aturan yang terbentuk diantara para pelaku seperti sistem koordinasi, regulasi, dan pengelolaan segala aktivitas di dalam rantai nilai. Tata kelola merupakan interaksi para pelaku dalam upaya memenuhi persyaratan yang telah ditentukan meliputi standar produk, proses, dan distribusi untuk dapat menyampaikan produk dengan baik ke konsumen akhir. Tata kelola tidak hanya meliputi persyaratan yang bersifat hukum atau regulasi dalam pengoperasian usaha dan akses pasar dalam suatu rantai nilai tetapi juga dapat berupa kontrak antara para pelaku di dalam rantai nilai.

Rantai nilai menggambarkan proses pengulangan suatu keterkaitan interaksi. Aktivitas tata kelola memastikan bahwa interaksi antara pelaku di sepanjang rantai nilai menunjukkan beberapa refleksi organisasi daripada sekedar aktivitas secara acak. Pada tata kelola terdapat aktor kunci dalam rantai nilai yang bertanggung jawab atas pembagian kerja antar setiap pelaku (Kaplinsky dan Morris 2002). Analisis tata kelola akan memberikan suatu pemahaman mengenai proses kendali dan koordinasi oleh aktor tertentu atau pelaku utama yang

memiliki kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku lainnya (Gereffi dan Fernandez 2016).

Peningkatan (*upgrading*) Rantai Nilai

Tahapan analisis rantai nilai selanjutnya adalah mengkaji peranan peningkatan (*upgrading*) yang dapat dilakukan di dalam rantai nilai. Peningkatan ini terdiri dari aktivitas yang dilakukan setiap pelaku untuk memperoleh nilai tambah yang lebih tinggi (ACIAR 2012). Menurut Kaplinsky dan Morris (2002) terdapat peningkatan (*upgrading*) di dalam rantai nilai yang erat kaitannya dengan aktivitas nilai tambah yaitu peningkatan produk (*product upgrading*), peningkatan proses (*process upgrading*), dan peningkatan fungsi (*functional upgrading*).

Peningkatan produk ditunjukkan oleh adanya penciptaan produk baru atau penyempurnaan produk lama seperti penggunaan kemasan yang lebih baik. Kemudian peningkatan proses mengacu pada aktivitas produksi yang lebih efisien dari sebelumnya baik dari segi biaya, distribusi, maupun upaya menghasilkan produk dengan metode pengolahan yang lebih baik. Selanjutnya peningkatan fungsi dapat dilihat dari adanya tambahan aktivitas lain yang dapat menambah nilai bagi pelaku di dalam rantai nilai seperti pengolah yang juga dapat melakukan aktivitas pendistribusian (ACIAR 2012; Kaplinsky dan Morris 2002).

Peningkatan yang dilakukan di dalam rantai nilai berkaitan erat dengan adanya aktivitas nilai tambah (Trienekens 2011; Zakic *et al.* 2018). Secara umum, nilai tambah masih diartikan sebagai hasil pengolahan atas suatu produk menjadi lebih bernilai dari sebelumnya. Definisi nilai tambah bukan hanya sekedar aktivitas yang bersifat mengolah tetapi memiliki arti yang sangat luas jika dihubungkan dengan kegiatan di dalam rantai nilai komoditas perikanan. Berdasarkan Hayami *et al.* (1987) nilai tambah merupakan aktivitas penambahan nilai pada komoditas tertentu berupa perlakuan input yang bersifat fungsional seperti proses perubahan bentuk atau fisik (*form utility*), proses pemindahan tempat (*place utility*), dan proses penyimpanan (*time utility*). Hal tersebut dapat digolongkan ke dalam aktivitas yang erat kaitannya dengan upaya peningkatan yang dilakukan di dalam rantai nilai.

Konsep Model Rantai Nilai

Penelitian rantai nilai umumnya menggunakan analisis yang bersifat deskriptif. Hal ini disebabkan oleh objek penelitian dalam rantai nilai berkaitan erat dengan aktivitas para pelaku dalam upaya menghasilkan suatu produk yang diinginkan oleh konsumen dengan adanya proses penambahan nilai. Kaplinsky dan Morris (2002) menekankan bahwa dalam melakukan analisis rantai nilai, perlu memperhatikan pendekatan yang digunakan sebab pendekatan yang dipilih sangat bergantung pada masalah penelitian yang diajukan. Oleh sebab itu, penentuan suatu model rantai nilai harus didasari oleh konsep teori yang mendukung, baik dengan menggunakan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif.

Adapun proses pemodelan rantai nilai ini menggunakan pendekatan kerangka rantai nilai Porter yang telah dimodifikasi. Pada kerangka rantai nilai Porter berguna untuk mengidentifikasi beberapa kegiatan utama dan kegiatan pendukung yang sering ditemukan pada aktivitas bisnis. Umumnya identifikasi

tersebut untuk mencari keunggulan kompetitif yang didasarkan pada konsep sistem nilai yaitu mencakup aktivitas yang dilakukan oleh seluruh perusahaan atau pelaku yang terlibat dalam produksi barang atau jasa, mulai dari bahan baku hingga pengiriman produk akhir ke konsumen (ACIAR 2012).

Identifikasi awal berkaitan dengan kegiatan utama dan kegiatan pendukung yang dilakukan di sepanjang rantai nilai. Menurut Attaie dan Fourcadet (2003) kegiatan utama pada kerangka rantai nilai yang sudah dimodifikasi meliputi operasi, logistik, dan pemasaran serta penjualan. Adapun kegiatan pendukung meliputi infrastruktur rantai, manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi, dan manajemen hubungan. Seluruh kegiatan utama dan pendukung akan menjadi suatu variabel penentu dalam proses pemodelan rantai nilai.

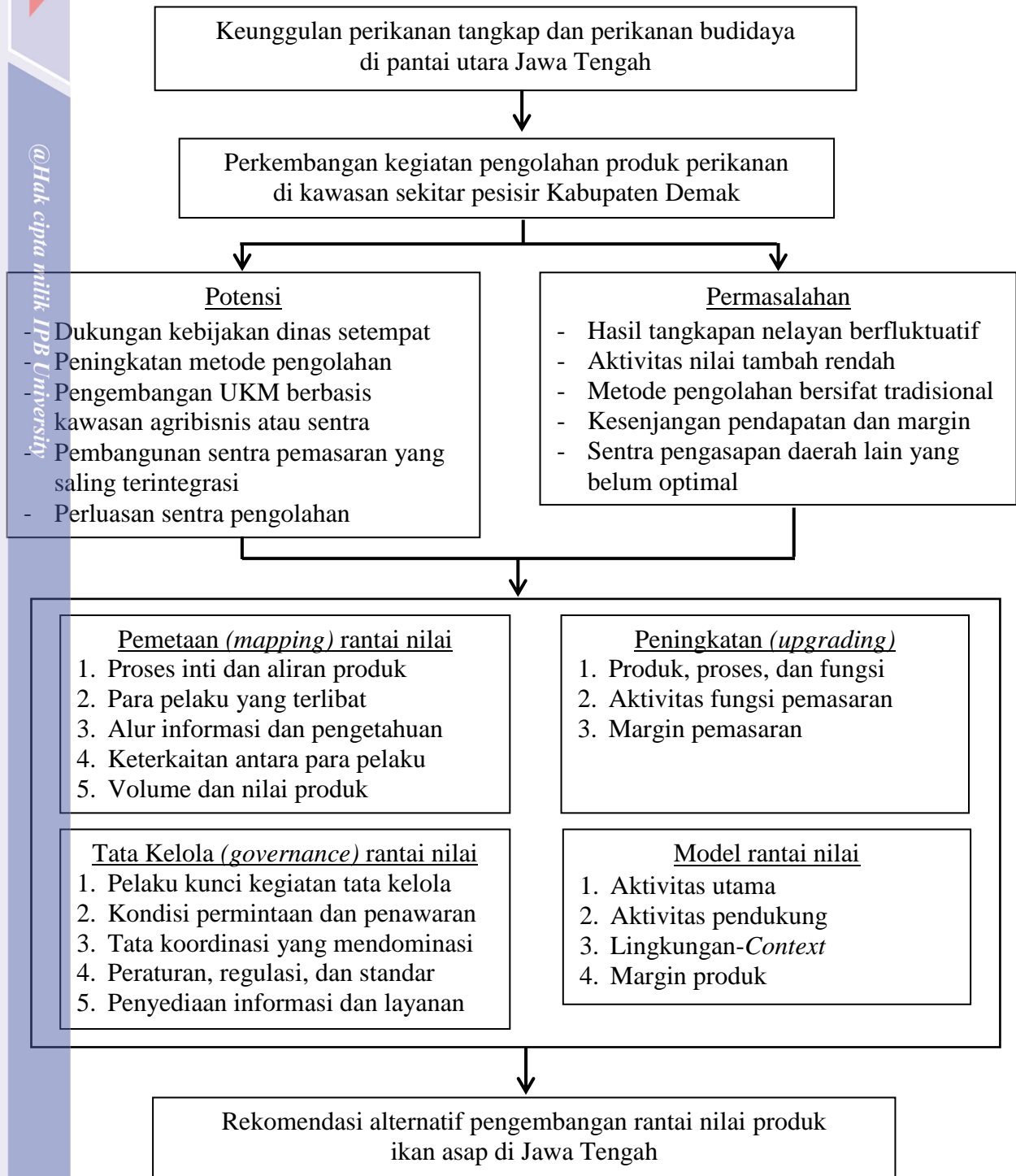
Selain kegiatan utama dan pendukung terdapat aspek lain yang juga penting diperhatikan dalam pemodelan rantai nilai yaitu *context* atau berkaitan dengan faktor lingkungan di tingkat rantai. Adanya lingkungan yang sesuai dapat memberikan pondasi atau landasan yang kuat untuk proses pengembangan suatu rantai nilai. Adapun beberapa hal yang dimasukkan dalam *context* atau masalah lingkungan rantai nilai yaitu keberadaan dan implementasi kebijakan pemerintah, adanya infrastruktur pasar dan adanya peraturan atau regulasi yang dapat dipatuhi dan diimplementasikan oleh seluruh pelaku dalam rantai nilai (Attaie dan Fourcadet 2003). Faktor lingkungan atau *context* juga akan menjadi suatu variabel penentu dalam proses pemodelan rantai nilai.

Tujuan utama dari keseluruhan aktivitas tersebut adalah untuk memperoleh margin. Margin yaitu perbedaan total nilai atas biaya-biaya untuk melakukan nilai kegiatan. Margin yang dihasilkan menjadi dasar dalam mengetahui tingkat keuntungan yang akan diperoleh (Attaie dan Fourcadet 2003). Pengukuran margin suatu produk akan menjadi pendekatan yang digunakan dalam menganalisis aspek kinerja pada model rantai nilai.

Kerangka Pemikiran Operasional

Sentra pengasapan ikan di Kabupaten Demak merupakan sentra pengasapan terbesar di Jawa Tengah. Lokasi sentra pengasapan ikan terletak pada kawasan yang strategis yakni sangat dekat dengan wilayah pesisir pantai utara Jawa Tengah sehingga para nelayan, pembudidaya, dan pedagang dapat melakukan aktivitas pemasaran ke kawasan sentra pengasapan ikan. Hasil perikanan tangkap yang tinggi di wilayah pesisir pantai utara Jawa Tengah berdampak pada perlunya peningkatan aktivitas pengolahan produk perikanan. Mengingat produk perikanan yang bersifat mudah rusak sehingga mengakibatkan terjadinya penurunan mutu produk.

Produk perikanan dapat diolah menjadi berbagai macam hasil olahan dengan beberapa metode diantaranya pengasapan ikan, pemindangan ikan, pengasapan ikan, dan pembuatan terasi. Metode tersebut dilakukan berdasarkan potensi yang dimiliki oleh setiap wilayah, seperti metode pengasapan ikan banyak terdapat di Kabupaten Demak. Lokasi yang tidak begitu jauh dengan wilayah pesisir membuat Kabupaten Demak menjadi daerah tujuan bagi para nelayan dan pedagang untuk melakukan aktivitas pemasaran produk perikanan khususnya sentra pengasapan ikan.



Gambar 5 Kerangka pemikiran operasional

Metode pengasapan ikan merupakan salah satu metode tradisional yang mudah dan murah dalam proses pelaksanaannya. Sebagian besar penduduk di Kabupaten Demak sudah melakukan kegiatan pengasapan ikan secara turun-temurun dan berjalan selama puluhan tahun. Permintaan yang tinggi dari hasil pengasapan ikan memberikan peluang bagi penduduk untuk dapat mengolah dan bergabung dalam sebuah kelompok pengasapan ikan. Kelompok atau UKM yang

mengolah ikan asap akan menghasilkan produk setengah jadi yang kemudian akan diolah kembali oleh pelaku lainnya.

Kegiatan pengolahan pada sentra pengasapan ikan melibatkan beberapa pelaku di sepanjang aliran rantai nilai. Para pelaku yang terlibat dalam rantai nilai berasal dari aktivitas sebelum dan sesudah pengasapan ikan, seperti nelayan dan pedagang pengumpul yang terlibat dalam proses aliran produk sebelum pengasapan ikan. Adapun pengolah ikan asap, pedagang pengecer, dan warung makan yang terlibat dalam aktivitas sesudah pengasapan ikan. Seluruh aktivitas para pelaku dalam rantai nilai melakukan proses nilai tambah yang bertujuan memperoleh pendapatan dan margin yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Aktivitas dan peranan setiap pelaku yang berbeda mengakibatkan adanya kesenjangan terutama dalam hal perolehan keuntungan. Kelompok pengolah ikan asap diduga memiliki pendapatan yang relatif kecil, padahal aktivitas yang dilakukan pengolah ikan asap lebih tinggi dibandingkan pedagang pengumpul. Oleh sebab itu, perlu dilakukan identifikasi aktivitas setiap pelaku dalam rantai nilai melalui pemetaan dan tata kelola. Selain itu, diperlukan analisis peningkatan untuk mengidentifikasi peluang dilakukannya aktivitas yang lebih baik dari sebelumnya oleh setiap pelaku. Seluruh data dan informasi terkait pemetaan, tata kelola, dan peningkatan kemudian disusun dalam suatu pemodelan yang bertujuan mengetahui pengaruhnya terhadap rantai nilai yang mencakup aktivitas primer, aktivitas pendukung, dan lingkungan menggunakan pendekatan rantai nilai Porter. Hasil dari serangkaian analisis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan alternatif terkait pengembangan aktivitas rantai nilai khususnya bagi pelaku rantai nilai dan juga dinas terkait. Secara keseluruhan Gambar 5 menunjukkan kerangka pemikiran operasional dalam penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di sentra pengasapan ikan di Desa Wonosari, Kabupaten Demak, Provinsi Jawa Tengah. Sentra pengasapan ikan di Provinsi Jawa Tengah ini merupakan sentra pengasapan ikan percontohan nasional di Indonesia. Adapun pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan alasan bahwa sentra pengasapan ikan di Desa Wonosari adalah salah satu sentra pengasapan ikan terbesar di Kabupaten Demak yang telah menerapkan proses pengolahan pengasapan ikan yang terpusat di suatu wilayah dengan metode yang higienis. Pada sentra pengasapan ikan di Desa Wonosari terdapat 76 pengolah yang tergabung dalam suatu kelompok yang bernama KUB Asap Indah. Sentra pengasapan KUB Asap Indah ini merupakan sentra pengasapan hasil binaan KKP yang didirikan pada tahun 2012. Adapun waktu pengambilan data dilakukan selama bulan Februari 2020.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari kegiatan studi lapang secara langsung melalui wawancara dengan bantuan kuesioner. Wawancara dilakukan kepada seluruh pelaku yang berperan penting di dalam rantai nilai seperti nelayan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, warung makan, hingga pengolah ikan asap pada sentra pengasapan ikan KUB Asap Indah, Kabupaten Demak.

Data primer yang diperoleh dari setiap pelaku meliputi keseluruhan aktivitas pemasaran terutama fungsi-fungsi yang dilakukan dalam upaya peningkatan nilai tambah di sepanjang rantai nilai. Data yang diperoleh bersifat kualitatif dan kuantitatif. Data yang bersifat kuantitatif seperti harga beli, harga jual, biaya operasional, kapasitas produksi dan besaran margin atau nilai tambah atas fungsi pemasaran yang dilakukan setiap pelaku di dalam rantai nilai. Adapun data yang bersifat kualitatif berupa data mengenai aktivitas setiap pelaku di dalam rantai nilai yang berbentuk uraian atau penjelasan rinci sebagai hasil jawaban wawancara atau kuesioner dan tercatat dalam dokumentasi yang dapat dianalisis. Adapun data sekunder berupa volume dan nilai produksi bahan baku ikan di tingkat nelayan diperoleh dari Dinas Kelautan Perikanan (DKP) Kabupaten Demak dan Kabupaten Rembang.

Metode Penentuan Sampel dan Pengumpulan Data

Pengambilan sampel pada penelitian ini berasal dari setiap pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai produk ikan asap. Adapun teknik yang digunakan adalah *snowball* dan *purposive sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel mula-mula berjumlah kecil kemudian membesar (Sugiyono 2014). *Snowball sampling* pada penelitian ini meliputi proses identifikasi sampel di dalam suatu jaringan atau hubungan yang berlangsung secara terus menerus dengan mempertimbangkan setiap pelaku adalah individu atau kelompok yang terlibat dalam aliran aktivitas sepanjang rantai nilai pengasapan ikan di Desa Wonosari, Kabupaten Demak.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2014). Alasan menggunakan teknik ini karena sampel dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan. *Purposive sampling* pada penelitian ini digunakan untuk menentukan jumlah pengolah yang terlibat dalam rantai nilai produk ikan asap di Kabupaten Demak. Hal ini disebabkan jumlah pengolah yang cukup banyak yaitu 76 kelompok dan juga memiliki kriteria tertentu yang serupa sehingga penentuan responden dilakukan secara sengaja terutama memilih responden yang bersedia untuk diwawancara. Secara keseluruhan, responden dalam penelitian ini berjumlah 52 orang yang terdiri dari lima orang nelayan (Rembang), empat orang pedagang pengumpul (Demak), 30 orang pengolah (Demak), 10 orang pedagang pengecer (Demak), dua orang pemilik warung makan (Demak), dan satu orang pemilik restoran (Semarang).

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Analisis Rantai Nilai

Analisis rantai nilai adalah alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi keseluruhan aktivitas setiap pelaku rantai nilai dalam menyampaikan suatu produk hingga sampai ke konsumen akhir. Proses analisis diawali dari penentuan produk atau komoditas yang menjadi prioritas untuk diteliti yaitu produk olahan ikan asap di sentra pengasapan ikan KUB Asap Indah. Analisis rantai nilai menghasilkan penjelasan secara rinci terkait aktivitas utama setiap pelaku khususnya fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan setiap pelaku di dalam rantai nilai produk ikan asap untuk dapat memenuhi permintaan konsumen (*demand driven*). Adapun para pelaku yang terlibat diantaranya nelayan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, warung makan, dan pengolah ikan asap pada sentra pengasapan ikan. Analisis rantai nilai yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan pedoman tahapan analisis yang telah diterapkan oleh ACIAR (2012). Fokus utama analisis rantai nilai ini terletak pada proses analisis pemetaan (*mapping*) dan tata kelola (*governance*) rantai nilai.

Pemetaan Rantai Nilai

Proses pemetaan (*mapping*) dalam rantai nilai memberikan gambaran umum mengenai keseluruhan aktivitas para pelaku dalam menghasilkan suatu produk. Adapun pemetaan rantai nilai memiliki beberapa tujuan utama yakni memperoleh informasi mengenai para pelaku yang terlibat, mengidentifikasi suatu hambatan dan solusi dalam pelaksanaan aktivitas pemasaran, mengetahui jaringan lokasi setiap pelaku, memahami adanya saling ketergantungan antar pelaku, dan mengetahui perolehan manfaat atau margin setiap pelaku dalam upaya peningkatan nilai tambah suatu produk.

Adapun tahapan pemetaan rantai nilai (ACIAR 2012) yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan proses inti yang dilakukan setiap pelaku, seperti proses menghasilkan produk dari input hingga output yang akan disampaikan ke konsumen akhir.
2. Mengidentifikasi setiap pelaku yang terlibat dalam proses inti, seperti fungsi pemasaran yang dilakukan dalam upaya peningkatan nilai tambah di dalam rantai nilai.
3. Memetakan aliran suatu produk dalam rantai nilai, yakni identifikasi suatu perubahan produk mulai dari input hingga output sehingga diperoleh informasi mengenai tahapan pertambahan nilai yang dilakukan setiap pelaku.
4. Memetakan aliran pengetahuan dan informasi suatu produk, yaitu berkaitan dengan pengetahuan dan informasi para pelaku dalam pemenuhan syarat untuk menghasilkan produk yang baik.
5. Memetakan volume produk, jumlah pelaku, dan jumlah lapangan kerja, yaitu proses kuantifikasi yang berhubungan dengan produk yang mengalir dalam suatu rantai nilai.
6. Memetakan aliran geografi produk, yakni berkaitan dengan terjadinya proses pemindahan tempat suatu produk yang dibawa oleh setiap pelaku.

7. Memetakan aliran nilai produk di berbagai tingkatan, seperti upaya yang dilakukan oleh para pelaku untuk meningkatkan nilai tambah produk sehingga terlihat besaran perolehan margin atau keuntungan di setiap tingkatan proses.
8. Memetakan hubungan dan keterkaitan setiap pelaku, yakni berkaitan dengan transaksi diantara para pelaku meliputi volume, harga, dan variabel lainnya.
9. Memetakan hambatan dan potensi solusi, yaitu mengidentifikasi hal-hal yang mungkin terjadi di dalam rantai nilai dan upaya yang dilakukan dalam proses perbaikan atau peningkatan.
10. Membuat matriks peta rantai nilai, yaitu membuat suatu rangkuman mengenai keseluruhan informasi rantai nilai dalam bentuk suatu tabel sehingga mempermudah proses analisis.

Setelah pemetaan rantai nilai selesai dilakukan, maka tahapan selanjutnya yaitu memahami lebih dalam mengenai aspek tertentu yang ingin dibahas. Penelitian ini akan memanfaatkan proses rantai nilai yang telah dipetakan untuk menganalisis aspek finansial. Aspek tersebut menjadi penting karena berkaitan dengan variabel biaya dan margin yang sangat berhubungan dengan proses pada rantai nilai. Setiap pelaku yang melakukan nilai tambah di dalam rantai nilai akan menunjukkan seberapa besar pendapatan dan margin keuntungan yang diperoleh. Analisis ini menggunakan pendekatan kuantitatif berupa analisis margin pemasaran dan *farmer share*. Hasil analisis ini akan memberikan gambaran mengenai potensi peningkatan penerimaan dan keuntungan dimasa yang akan datang.

Tata Kelola Rantai Nilai

Tata kelola (*governance*) digunakan dalam analisis rantai nilai untuk mengidentifikasi berbagai aturan yang terbentuk diantara para pelaku seperti sistem koordinasi, regulasi, dan pengelolaan segala aktivitas di dalam rantai nilai. Tata kelola merupakan interaksi para pelaku dalam upaya memenuhi persyaratan yang telah ditentukan meliputi standar produk, proses, dan distribusi untuk dapat menyampaikan produk dengan baik ke konsumen akhir. Tata kelola tidak hanya meliputi persyaratan yang bersifat hukum atau regulasi dalam pengoperasian usaha dan akses pasar dalam suatu rantai nilai tetapi juga dapat berupa kontrak antara para pelaku di dalam rantai nilai. Persyaratan ini menimbulkan adanya suatu keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh setiap pelaku. Persyaratan didalam rantai nilai dapat bersifat resmi dan tidak resmi berupa syarat sederhana dalam memenuhi permintaan setiap pelaku lainnya seperti spesifikasi hasil tangkapan nelayan yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul. Tata kelola yang terbentuk dalam suatu rantai nilai akan menunjukkan suatu kekuatan diantara pelaku tidak terdistribusi secara merata. Hal ini tergantung kapasitas yang dimiliki setiap pelaku untuk dapat memenuhi persyaratan dan memperoleh akses ke peluang pasar.

Proses analisis tata kelola yang terbentuk dalam rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah dilakukan dengan mengidentifikasi tata kelola ke dalam kelompok klasifikasi berdasarkan derajat ketimpangan kekuatan dan koordinasi. Menurut Gereffi dan Humphrey (2005) terdapat lima jenis tata kelola rantai nilai yaitu *market*, *modular*, *relational*, *captive*, dan *hierarchy*. Jenis tata kelola di

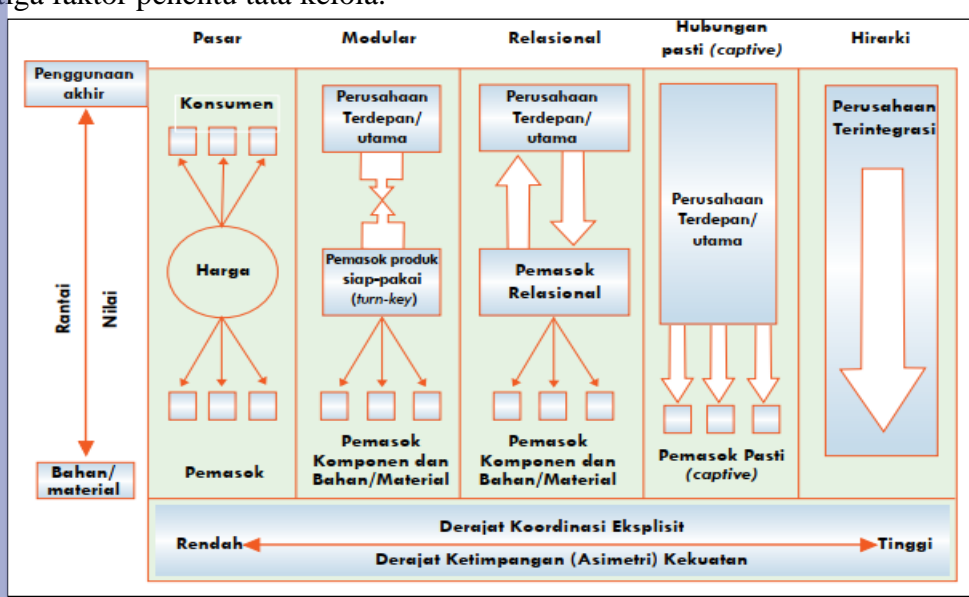
dalam rantai nilai ditentukan oleh tiga faktor penentu yaitu kompleksitas transaksi, kemampuan menerjemahkan persyaratan dalam transaksi, dan kemampuan pemasok (Tabel 4). *Complexity* atau kompleksitas transaksi berkaitan dengan informasi dan pengetahuan yang mencakup spesifikasi produk dan proses transaksi. Sementara, *codify* atau kemampuan menerjemahkan persyaratan mencakup informasi dan pengetahuan untuk dapat tersampaikan atau mengalir di antara pelaku rantai nilai.

Tabel 4 Faktor penentu kategori jenis tata kelola

Jenis Tata Kelola	<i>Complexity</i>	<i>Codify</i>	<i>Capability</i>	<i>Power Asymmetry</i>
<i>Market</i>	Rendah	Tinggi	Tinggi	Rendah
<i>Modular</i>	Tinggi	Tinggi	Tinggi	↓
<i>Relational</i>	Tinggi	Rendah	Tinggi	
<i>Captive</i>	Tinggi	Tinggi	Rendah	
<i>Hierarchy</i>	Tinggi	Rendah	Rendah	Tinggi

Sumber: Gereffi dan Humphrey (2005)

Sedangkan *capability* atau kemampuan pemasok berkaitan dengan kapasitas untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam proses transaksi. Kombinasi dari ketiga faktor inilah yang digunakan untuk menentukan jenis tata kelola yang terbentuk di dalam rantai nilai produk ikan asap. Lima jenis tata kelola ini memiliki tingkat *trade-off* yang berbeda antara manfaat dan risiko yang dihadapi para pelaku rantai nilai yang dinilai dengan kombinasi tinggi atau rendahnya nilai ketiga faktor penentu tata kelola.



Gambar 6 Jenis tata kelola (*governance*) dalam rantai nilai
Sumber: Gereffi dan Humphrey (2005)

Rantai nilai jenis *market* merupakan suatu bentuk tata kelola yang melibatkan transaksi relatif lebih sederhana dan terjadi secara acak. Informasi pasar dapat diakses dengan mudah oleh setiap pelaku terutama dari segi harga sehingga seluruh aktivitas koordinasi menjadi sangat rendah tergantung mekanisme pasar (Gambar 6).

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Rantai nilai jenis *modular* yaitu tata kelola yang terjadi ketika transaksi kompleks relatif mudah dikodifikasikan. Keterkaitan atau hubungan lebih substansial daripada di pasar sederhana karena tingginya volume informasi yang mengalir antar perusahaan. Teknologi informasi dan standar untuk bertukar informasi adalah kunci utama dari fungsi tata kelola modular.

Rantai nilai jenis *relational* adalah jenis tata kelola yang terjadi diantara para pelaku menghadapi suatu informasi atau persyaratan yang kompleks sehingga tidak mudah untuk dipelajari. Setiap pelaku menjadi saling bergantung dan munculnya kepercayaan untuk bekerja sama dalam menghasilkan produk.

Rantai nilai jenis *captive* yaitu tata kelola yang menunjukkan adanya beberapa pelaku yang cenderung tidak memiliki kekuatan dibandingkan dengan pelaku lainnya sehingga memunculkan kondisi ketergantungan yang lebih memihak pada salah satu pelaku. Pada jenis ini memiliki tingkat koordinasi atau kendali yang lebih dominan pada salah satu pelaku dengan kekuatan yang lebih besar.

Rantai nilai jenis *hierarchy* adalah jenis tata kelola yang menggambarkan adanya integrasi vertikal dan proses kendali secara menyeluruh dalam pengembangan produksi suatu produk secara internal. Spesifikasi produk yang tinggi membuat pelaku utama menentukan secara penuh kepada pelaku lainnya untuk dapat memenuhi permintaan sesuai spesifikasi yang telah ditentukan.

Selanjutnya menurut Albuloushi (2018), kerangka utama dari tata kelola rantai nilai terdiri atas *complexity*, *codify*, dan *capability*. Kerangka utama ini merupakan variabel indikator utama yang digunakan dalam penentuan model rantai nilai pada penelitian ini. Masing-masing variabel indikator utama ini diukur dengan pertanyaan yang dapat dinilai menggunakan skala *likert* satu sampai dengan tujuh (1-7). Skala nilai satu sampai dengan empat (1-4) tergolong rendah dan skala nilai lima sampai dengan tujuh (5-7) tergolong tinggi.

Pertama, *complexity* dalam kerangka tata kelola rantai nilai diidentifikasi sebagai kompleksitas transfer informasi dan pengetahuan yang diperlukan untuk mempertahankan transaksi yang berkelanjutan khususnya yang berkaitan dengan spesifikasi produk dan proses. Pengukuran *complexity* mencakup tiga aspek yaitu: (1) karakteristik jumlah produk dan/atau proses pembelian dari pemasok, (2) jumlah informasi yang dibutuhkan untuk spesifikasi produk dan/atau proses pembelian, (3) berapa banyak bagian yang diperlukan pemasok untuk memproduksi dan/merakit produk.

Kedua, *codify* dalam hal ini mencakup beberapa cara yang dilakukan agar transaksi dapat berjalan efisien, seperti membentuk formulasi, pengetahuan, sandi, kode atau informasi yang dituangkan dalam bentuk format laporan, memo, atau kebijakan guna menyederhanakan proses transfer informasi dan koordinasi antara para pelaku di dalam rantai nilai. Proses kodifikasi ini dapat tersimpan dalam bentuk dokumen atau melalui bantuan perangkat lunak. Ada lima aspek dalam pengukuran *codify* meliputi: (1) berapa banyak pengetahuan yang dipertukarkan supplier dan terdokumentasi secara tertulis, (2) apa bentuk pengetahuan dan informasi yang dipertukarkan antara supplier dan pembeli pada saat proses kerja sama, (3) seberapa baik dokumentasi spesifikasi produk dan/atau layanan yang ditransaksikan atau dibeli, (4) seberapa baik pengetahuan dan informasi yang dibagikan antara supplier dan pembeli, (5) sejauh mana spesifikasi produk atau layanan yang dibeli telah memenuhi standar industri atau pasar.

Ketiga, *capability* dikonsepsikan sebagai kapabilitas dari pemasok yang dalam hal ini sangat dipengaruhi oleh perspektif dan kriteria pembeli sehingga terciptanya hubungan dalam bentuk terjadinya transaksi. Kapabilitas pemasok meliputi keterampilan dan kemampuan pemasok dalam memenuhi keinginan pembeli dalam jangka panjang atau pendek. Pengukuran *capability* pemasok mencakup:

1. Pemasok mampu mengirimkan sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Pemasok bertindak jujur dan sering berkomunikasi.
3. Pemasok berkomitmen untuk menyediakan sesuai kualitas yang diminta.
4. Pemasok berkomitmen memperbaiki produk dan proses.
5. Pemasok dapat memenuhi permintaan yang tidak terduga.
6. Pemasok dapat menawarkan keuangan yang stabil.
7. Pemasok dapat menawarkan biaya proses dan produk yang efisien.
8. Secara umum, bagaimana kapabilitas dan kemampuan pemasok.

Peningkatan Rantai Nilai

Analisis peningkatan rantai nilai merupakan tahapan berikutnya yang dilakukan setelah analisis pemetaan dan tata kelola. Pada tahapan ini diawali dengan mengetahui terlebih dahulu kondisi nyata yang ditemukan di sepanjang rantai nilai. Kemudian dilakukan suatu analisis yang memungkinkan untuk dilakukan peningkatan yang diperlukan (ACIAR 2012). Analisis peningkatan rantai nilai meliputi produk, proses, dan fungsi yang dapat memberikan peluang dalam memperoleh keadaan yang lebih baik dari sebelumnya.

Proses analisis peningkatan dapat diawali dengan membuat suatu matriks untuk memudahkan pengidentifikasian aktivitas yang selama ini sudah dilakukan dan kemungkinan peningkatan yang dianggap potensial di sepanjang rantai nilai (ACIAR 2012). Pada saat proses identifikasi dilakukan kepada seluruh pelaku yang terlibat di sepanjang rantai nilai, terdapat kemungkinan pelaku tidak berpotensi melakukan peningkatan sehingga matriks dapat dikosongkan.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan secara kuantitatif yaitu analisis margin pemasaran. Analisis ini digunakan dengan mengidentifikasi setiap proses peningkatan nilai yang dilakukan para pelaku dalam rantai nilai produk ikan asap. Setiap aktivitas para pelaku akan dianalisis seberapa besar nilai tambah atau fungsi pemasaran yang dilakukan. Adapun nilai tambah yang dilakukan sepanjang rantai nilai produk ikan asap dianalisis berdasarkan rumus perhitungan margin pemasaran. Pada proses perhitungan margin pemasaran dilakukan identifikasi mengenai perbedaan antara harga yang terbentuk di tingkat petani (Pf) dengan harga di tingkat konsumen akhir (Pr). Oleh sebab itu, margin pemasaran dapat diketahui dengan menganalisis biaya-biaya pemasaran dan keuntungan masing-masing pelaku atau lembaga pemasaran. Adapun rumus yang dapat digunakan dalam menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut:

$$MT = Pr - Pf = c \text{ Biaya-biaya} + \pi \text{ Lembaga} = \sum M_i$$

$$FS = \left\{ \frac{Pf}{Pr} \right\} \times 100\%$$

Keterangan:

MT	: Margin total
Pr	: Harga di tingkat <i>retail</i> (konsumen akhir)
Pf	: Harga di tingkat petani (produsen)
FS	: Persentase bagian yang diterima petani (<i>farmer share</i>)
π	: Keuntungan lembaga pemasaran
c	: Biaya atas aktivitas nilai tambah atau fungsi pemasaran
M_i	: Margin di tingkat lembaga ke-i ($M_i = P_{ji} - P_{bi}$)
P_{ji}	: Harga jual untuk lembaga pemasaran ke-i
P_{bi}	: Harga beli untuk lembaga pemasaran ke-i

Analisis peningkatan rantai nilai dengan menggunakan perhitungan margin pemasaran dapat memberikan informasi mengenai hasil perhitungan yang bersifat kuantitatif dan memberikan gambaran mengenai besarnya nilai tambah, harga, biaya, margin, penerimaan, dan keuntungan dari setiap pelaku di dalam rantai nilai produk ikan asap. Selain itu, berdasarkan margin pemasaran yang diperoleh juga dapat dianalisis mengenai besarnya penerimaan petani atau *farmer share*. Besarnya persentase penerimaan petani (*farmer share*) menggambarkan suatu perolehan bagian petani untuk dapat menikmati keuntungan di dalam rantai nilai. Berdasarkan analisis *farmer share* akan tampak pelaku yang menikmati besarnya margin pemasaran dan keuntungan di sepanjang rantai nilai. Hal ini sangat bergantung pada aktivitas utama atau fungsi yang dilakukan oleh setiap pelaku. Oleh sebab itu, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif pada analisis margin pemasaran dapat dilakukan suatu peningkatan yang dapat berpotensi lebih baik dari sebelumnya.

Analisis Model Rantai Nilai

Analisis kinerja pada model rantai nilai dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *partial least square* atau analisis PLS yaitu teknik statistika multivariat dengan melakukan perbandingan antara variabel dependen dan independen berganda. PLS adalah metode statistika *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda saat munculnya permasalahan spesifik pada data penelitian, seperti ukuran sampel yang kecil, adanya data yang hilang, dan multikolinear (Abdillah dan Hartono 2015).

Analisis PLS merupakan jenis analisis statistik yang menggunakan kerangka dasar berbasis regresi linier. Analisis PLS ini tergolong analisis yang *powerfull* sebab data yang digunakan tidak harus memenuhi persyaratan asumsi normalitas data. Tujuan analisis PLS adalah untuk memprediksi variabel laten endogen atau variabel utama dan mengembangkan sebuah teori struktural. Adapun konsekuensi penggunaan model prediksi adalah pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi, dan parameter ketepatan model prediksi dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2).

Beberapa asumsi dalam penggunaan analisis PLS menurut Latan (2013) adalah data yang digunakan tidak diharuskan memiliki distribusi normal, data sampel penelitian dapat berjumlah sedikit, sampel yang dipilih dapat

menggunakan pendekatan non-probabilitas seperti *purposive sampling*, indikator formatif dapat digunakan dalam mengukur variabel laten selain indikator reflektif dan dapat menggunakan skala pengukuran selain interval.

Analisis PLS dalam penelitian ini digunakan untuk membangun sebuah model rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah. Para pelaku yang terlibat dalam rantai nilai akan dianalisis terkait aktivitas nilai tambah yang dilakukan dapat memberikan dampak pada peningkatan pendapatan atau margin keuntungan yang diukur dalam bentuk sebuah model statistik.

Menurut Abdillah dan Hartono (2015), tahapan-tahapan melakukan analisis *partial least square* (PLS) diantaranya :

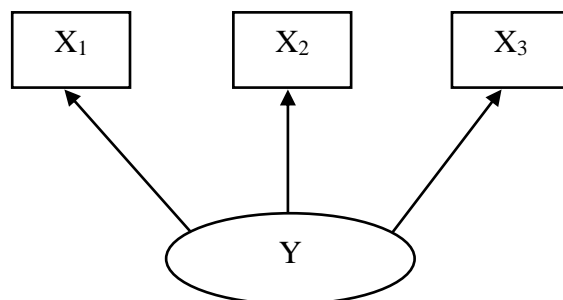
1. Menggambar diagram jalur

Terdapat beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan untuk mempermudah dalam menggambar diagram jalur yaitu :

- Konstruk teoritis yang menunjukkan suatu variabel laten digambar dengan bentuk oval atau lingkaran.
- Variabel-variabel terukur atau indikator digambar dengan bentuk kotak.
- Hubungan tidak simetris yang menunjukkan satu arah digambarkan dengan panah arah tunggal.
- Hubungan simetris yang menunjukkan dua arah bolak-balik digambarkan dengan panah arah *double*.

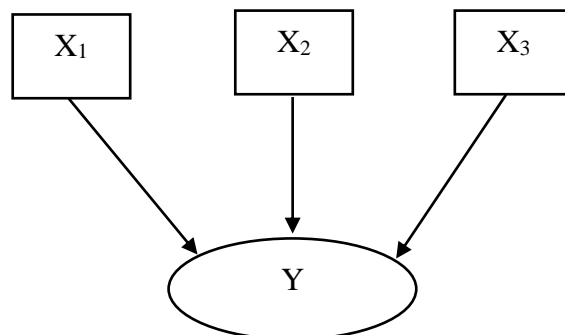
2. Menentukan jumlah blok (variabel laten) yang akan dibangun dengan indikator pada tiap variabel laten.

Moda A : Variabel laten yang memprediksi indikator (konstruk reflektif)



Gambar 7 Hubungan reflektif

Moda B : indikator memprediksi variabel laten (konstruk formatif)



Gambar 8 Hubungan formatif

3. Estimasi tiap variabel laten sebagai total bobot indikatornya.

$$F = \sum w_i x_i$$

Pada umumnya pembobotan bergantung pada identifikasi kendala. Misalnya varian komposit = 1. Bobot awal biasanya adalah bobot yang seimbang, tetapi perlu diketahui bahwa kovarian antara X akan mengubah skor F. Maka proses perhitungan ulang menjadi sebagai berikut :

$$\text{Var}(\sum x_i) = \sum \text{Var}(x_i) + 2 \sum \text{Cov}(x_i x_j), i \neq j$$

4. Perbarui *inner relations*, kemudian perbarui *outer relations*.

Inner relations (hubungan struktural antar variabel laten) diestimasi melalui teknik regresi per model. Komposit dependen akan di-regres terhadap komposit prediktor. Melalui model *recursive*, estimasi terpisah pada tiap persamaan tidak menjadi permasalahan namun PLS tidak mudah menyelesaikan model *non-recursive*. Untuk mengestimasi *outer relations* (hubungan indikator dengan variabel laten), PLS membangun proksi tiap variabel laten yang diganti dengan total bobot dari variabel laten lainnya yang saling berhubungan.

5. Estimasi bergantung pada pilihan moda yang digunakan.

Moda A : regresi sederhana tiap indikator terhadap proksi variabel laten.

$$x_i = \lambda_i F + \varepsilon_i$$

Moda B : regresi berganda proksi variabel laten terhadap seluruh indikatornya.

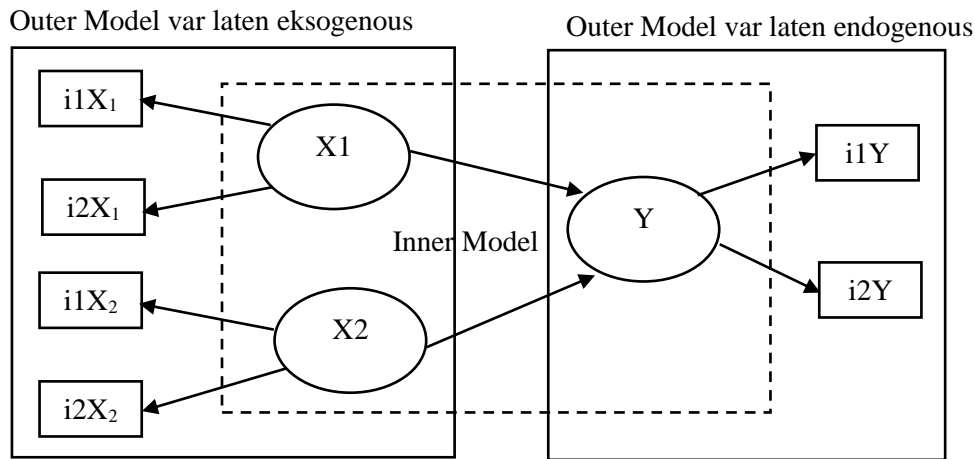
$$F = \sum w_i x_i + \varepsilon$$

$$\sigma^2(F) = 1$$

6. Estimasi *case values* untuk tiap observasi dengan menggunakan bobot formatif atau proporsional bobot terhadap *loading* dengan mempertimbangkan kendala varian (F)=1. Kemudian estimasi berlanjut sampai perubahan bobot adalah kecil.

Model Spesifikasi PLS

Pada Abdillah dan Hartono (2015), model spesifikasi PLS dalam analisis jalur terdiri atas tiga hubungan, yaitu *inner model*, *outer model*, dan *weight relation*. *Inner model* menunjukkan spesifikasi hubungan kausal antar variabel laten (model struktural). *Outer model* menunjukkan spesifikasi hubungan antara indikator atau parameter yang diestimasi dengan variabel latennya (model pengukuran). *Weight relation* menunjukkan hubungan nilai varian antar indikator dengan variabel latennya sehingga diasumsikan memiliki nilai *mean* sama dengan nol dan varian sama dengan satu untuk menghilangkan konstanta dalam persamaan kausalitas.



Gambar 9 Model *Partial Least Square* (PLS)
Sumber: Sarwono dan Narimawati (2015)

Implementasi Model PLS

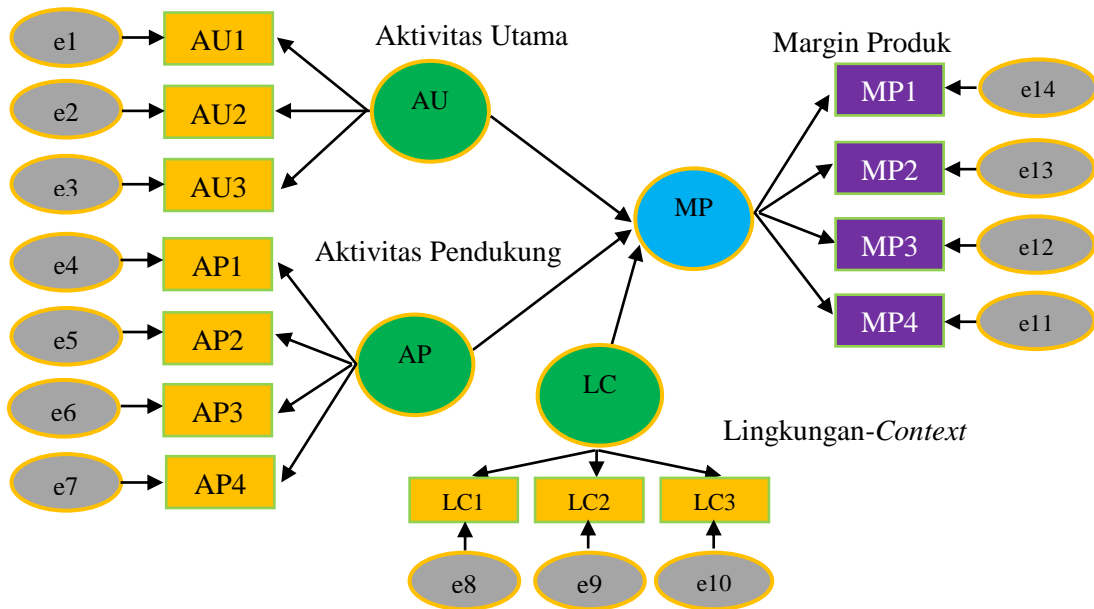
Rancangan model prediksi penelitian ini akan digambarkan sesuai variabel-variabel yang saling berpengaruh satu sama lain. Variabel-variabel yang digunakan dalam model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah berdasarkan pada teori Porter (1985) yaitu variabel aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Selain itu, model rantai nilai juga menggunakan variabel lingkungan-*context* menurut Attaiie dan Fourcadet (2003). Ketiga variabel yang digunakan tersebut diduga dapat memberikan dampak pada peningkatan margin (Porter, 1985; Attaiie dan Fourcadet, 2003). Konsep konstruk penelitian dibuat dengan jelas dan mudah untuk mendefinisikan model pengukuran (*outer model*). Keseluruhan model dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan software *WarpPLS 6.0*. Pada Tabel 5 menunjukkan variabel laten dan indikator dalam pemodelan PLS-SEM.

Tabel 5 Variabel laten dan indikator model rantai nilai ikan asap

Variabel Laten	Kode	Variabel Indikator	Kode
Margin Produk (endogen)	MP	Harga	MP1
		Biaya	MP2
		Pendapatan	MP3
		Keuntungan	MP4
Aktivitas Utama (eksogen)	AU	Operasi	AU1
		Logistik	AU2
		Pemasaran dan Penjualan	AU3
Aktivitas Pendukung (eksogen)	AP	Infrastruktur Rantai	AP1
		Manajemen SDM	AP2
		Pengembangan Teknologi	AP3
		Manajemen Hubungan	AP4
Lingkungan- <i>Context</i> (eksogen)	LC	Kebijakan Pemerintah	LC1
		Peraturan (Regulasi)	LC2
		Infrastruktur Pasar	LC3

Sumber: Data primer diolah (2020)

Variabel laten dalam model struktural penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Adapun yang termasuk dalam variabel laten eksogen seperti aktivitas utama, aktivitas pendukung, dan lingkungan-*context*. Kemudian yang menjadi variabel laten endogen yaitu margin produk ikan asap.

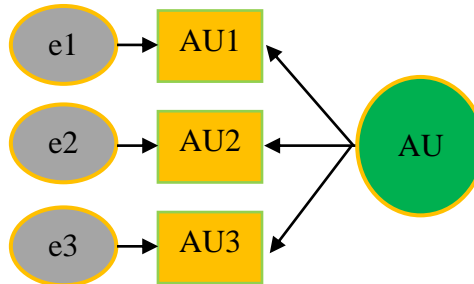


Gambar 10 Model PLS-SEM rantai nilai produk ikan asap

Pada Gambar 10 menunjukkan 4 variabel laten dan 14 variabel indikator seperti operasi (AU1), logistik (AU2), pemasaran dan penjualan (AU3), infrastruktur rantai (AP1), manajemen sumber daya manusia (AP2), pengembangan teknologi (AP3), manajemen hubungan (AP4), kebijakan pemerintah (LC1), peraturan atau regulasi (LC2), infrastruktur pasar (LC3), harga (MP1), biaya (MP2), pendapatan (MP3) dan keuntungan (MP4). Semua variabel indikator akan diukur dengan menggunakan skala ordinal dan interval. Adapun proses pengukuran atas variabel tersebut dilakukan berdasarkan konsep rantai nilai sehingga dapat diimplementasikan di lapangan.

Variabel Laten: Aktivitas Utama (AU)

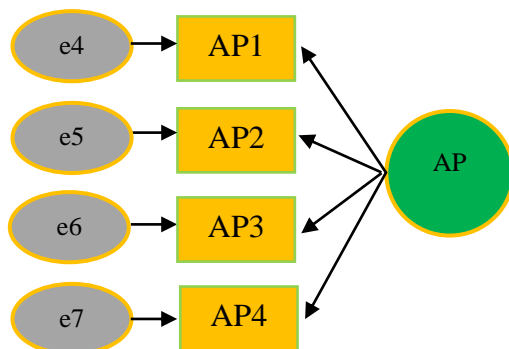
Pada Gambar 11 menunjukkan aktivitas utama yang merupakan variabel laten eksogen pada model rantai nilai yang memiliki tiga variabel indikator yaitu operasi (AU1), logistik (AU2), pemasaran dan penjualan (AU3).



Gambar 11 Variabel aktivitas utama pada model rantai nilai

Variabel Laten: Aktivitas Pendukung (AP)

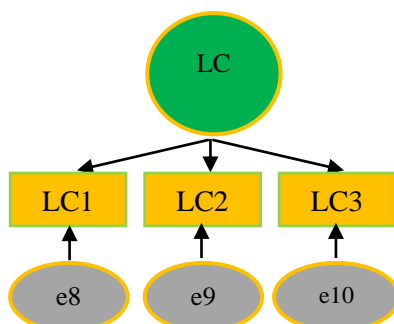
Pada Gambar 12 menunjukkan aktivitas pendukung yang merupakan variabel laten eksogen pada model rantai nilai yang memiliki empat variabel indikator yaitu infrastruktur rantai (AP1), manajemen SDM (AP2), pengembangan teknologi (AP3) dan manajemen hubungan (AP4).



Gambar 12 Variabel aktivitas pendukung pada model rantai nilai

Variabel Laten: Lingkungan-Context (LC)

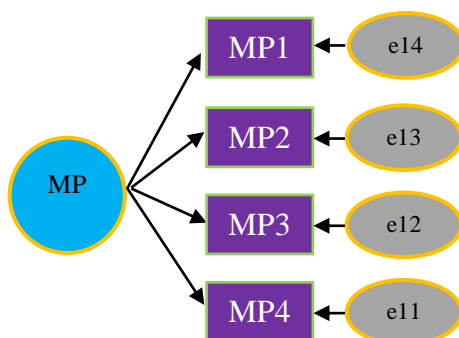
Pada Gambar 13 menunjukkan lingkungan-*context* yang merupakan variabel laten eksogen pada model rantai nilai yang memiliki tiga variabel indikator yaitu kebijakan pemerintah (LC1), peraturan atau regulasi (LC2), dan infrastruktur pasar (LC3).



Gambar 13 Variabel lingkungan-*context* pada model rantai nilai

Variabel Laten: Margin Produk (MP)

Pada Gambar 14 menunjukkan margin produk yang merupakan variabel laten endogen pada model rantai nilai yang memiliki empat variabel indikator yaitu harga (MP1), biaya (MP2), pendapatan (MP3), dan keuntungan (MP4).



Gambar 14 Variabel endogen model rantai nilai

Evaluasi Model PLS

Partial Least Square (PLS) merupakan suatu model prediksi yang tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter dan memprediksi hubungan kausalitas. Oleh sebab itu, teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak dibutuhkan dan model evaluasi untuk prediksi menjadi bersifat non-parametrik. Evaluasi model PLS dilakukan dengan cara mengevaluasi *outer model* dan *inner model* (Abdillah dan Hartono 2015).

Menurut Sarwono dan Narimawati (2015), terdapat dua langkah dalam menganalisis data menggunakan PLS, yaitu:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan penilaian model bagian luar yaitu menghubungkan semua variabel indikator dengan variabel latennya. Pada model pengukuran terdapat penilaian dengan menggunakan reliabilitas dan validitas. Nilai Cronbach's Alpha (CA) mencerminkan reliabilitas dari semua indikator dalam model. Umumnya, nilai CA minimal 0.7 dan idealnya 0.8 atau 0.9. Setiap variabel laten harus mampu menjelaskan varian indikator masing-masing minimal 50%. Oleh sebab itu, korelasi absolut antara variabel laten dan indikatornya harus lebih besar dari 0.7. Jika nilai korelasi absolut di bawah 0.4 maka indikator reflektif sebaiknya dihilangkan dari model pengukuran.

Tabel 6 Ringkasan penilaian model pengukuran (*outer model*)

Kriteria	Deskripsi
Reliabilitas komposit (ρ_c)	Nilai pengukuran konsistensi internal > 0.6
Reliabilitas indikator	Nilai loading baku absolut bagian luar > 0.7
AVE	Nilai rata-rata varian ekstrak > 0.5
Kriteria Fornell-Larcker	AVE setiap variabel laten $> R^2$ dengan semua variabel laten lainnya
<i>Cross-loadings</i>	Jika suatu indikator mempunyai korelasi yang lebih tinggi dengan variabel laten lainnya daripada dengan variabel latennya sendiri maka kecocokan model harus dipertimbangkan ulang

Sumber: Sarwono dan Narimawati (2015)

Sementara untuk ukuran validitas dibagi menjadi dua yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen diukur dengan nilai rata-rata varians yang diekstraksi atau *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai minimal AVE adalah 0.5. Nilai ini menjelaskan bahwa satu variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya dalam rata-rata. Validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Larcker yang mensyaratkan nilai AVE setiap variabel laten harus lebih besar nilai R^2 tertinggi dari nilai variabel laten lainnya dan *cross-loadings*, yaitu jika suatu indikator mempunyai korelasi yang lebih tinggi dengan variabel laten lainnya daripada dengan variabel latennya sendiri maka kecocokan model harus dipertimbangkan ulang. Besaran nilai yang digunakan dalam pengukuran diringkas pada Tabel 6.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model merupakan penilaian model bagian dalam yaitu semua variabel laten dihubungkan satu dengan yang lain berdasarkan pada teori. Model struktural

dalam PLS dapat dievaluasi dengan mengidentifikasi R^2 yaitu digunakan untuk mengukur adanya variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 menunjukkan semakin baik model prediksi suatu penelitian.

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam proses pengujian hipotesis. Skor koefisien *path* yang ditunjukkan oleh nilai t -statistik harus diatas 1.96 untuk pengujian hipotesis pada α 5 persen ($\alpha = 5\%$). Kriteria untuk R^2 variabel laten endogenous adalah nilai R^2 diatas 0.7 dikategorikan sebagai kuat, nilai 0.67 dikategorikan substansial, nilai 0.33 dikategorikan moderat, dan nilai 0.19 dikategorikan lemah. Sedangkan ukuran pengaruh f^2 sebesar 0.35 dikategorikan sebagai pengaruh kuat variabel laten eksogenous pada tataran struktural, nilai f^2 sebesar 0.15 dikategorikan sebagai cukup dan nilai f^2 sebesar 0.02 dikategorikan sebagai lemah (Tabel 7).

Tabel 7 Ringkasan penilaian model struktural (*inner model*)

Kriteria	Deskripsi
R^2 variabel laten endogenous	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai $R^2 > 0.7$ dikategorikan kuat. • Nilai $R^2 = 0.67$ dikategorikan substansi. • Nilai $R^2 = 0.33$ dikategorikan moderat. • Nilai $R^2 = 0.19$ dikategorikan lemah.
Ukuran pengaruh f^2	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai $f^2 = 0.35$ dikategorikan pengaruh kuat variabel laten eksogenous pada tataran struktural. • Nilai $f^2=0.15$ dikategorikan pengaruh cukup variabel laten eksogenous pada tataran struktural. • Nilai $f^2=0.02$ dikategorikan pengaruh lemah variabel laten eksogenous pada tataran struktural.
Relevansi prediksi Q^2 dan q^2	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai $Q^2 > 0$ artinya nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dan model memiliki relevansi prediktif. • Nilai $Q^2 < 0$ artinya tidak adanya relevansi prediktif. • Nilai q^2 digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel laten endogenous
Estimasi untuk koefisien jalur	Nilai-nilai yang diestimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus dievaluasi dalam perspektif kekuatan dan signifikansi hubungan
Nilai Beta untuk koefisien jalur PLS-SEM	Koefisien jalur individual dalam model diinterpretasikan sebagai nilai koefisien beta dari regresi OLS (<i>Ordinary Least Square</i>).

Sumber: Sarwono dan Narimawati (2015)

Relevansi prediksi Q^2 lebih besar dari nol menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dan model memiliki relevansi prediktif. Pengukuran lainnya adalah melihat nilai q^2 untuk mengetahui pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel laten endogenous. Selain itu diukur estimasi koefisien jalur dimana nilai-nilai yang diestimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus dievaluasi dalam perspektif kekuatan dan signifikansi hubungan. Penilaian terakhir adalah nilai Beta untuk koefisien jalur PLS-SEM yang mengukur koefisien jalur individual dalam model yang diinterpretasikan sebagai nilai koefisien beta dari regresi *Ordinary Least Square* (OLS).

Selanjutnya, pengujian terakhir adalah uji hipotesis yang dilakukan dengan ukuran *path coefficient*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan parameter uji nilai *p-value*. Jika nilai *p-value* lebih kecil dari alpha 5% maka hipotesis dapat diterima. Hipotesis yang dibangun untuk mengetahui pengaruh antar variabel di dalam penelitian dapat disusun sebagai berikut:

1. H1: aktivitas utama berpengaruh signifikan terhadap margin produk.
2. H2: aktivitas pendukung berpengaruh signifikan terhadap margin produk.
3. H3: lingkungan-*context* berpengaruh signifikan terhadap margin produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Demak merupakan suatu daerah di Jawa Tengah yang memiliki potensi pada subsektor perikanan. Letaknya yang tidak terlalu jauh dari pantai utara Jawa (Laut Jawa) menjadikan Demak sebagai daerah yang unggul pada subsektor perikanan. Demak juga memiliki Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Morodemak yang merupakan aspek pendukung dalam upaya penyediaan bahan baku berupa hasil tangkapan laut. Produksi perikanan tangkap yang dihasilkan tidak semuanya dijual dalam bentuk segar tetapi terdapat suatu proses pengolahan terlebih dahulu. Proses pengolahan ikan bertujuan untuk memperoleh nilai (*value*) yang lebih tinggi karena ikan segar yang tidak segera diolah akan mengalami penurunan kualitas. Adapun jumlah individu atau kelompok UKM pengolahan ikan juga banyak terdapat di daerah Demak. Beberapa jenis pengolahan ikan di Demak yaitu fermentasi, pemindangan, penggaraman, pengeringan, pelumatan daging, dan pengasapan. Pengasapan ikan adalah jenis pengolahan ikan yang memiliki jumlah pengolah terbanyak di Kabupaten Demak.

Desa Wonosari yang terletak di Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, merupakan salah satu desa yang penduduknya banyak bekerja sebagai pengolah ikan asap. Mengolah ikan asap sudah menjadi tradisi warga setempat selama kurang lebih 20 tahun dan juga menjadi warisan lintas generasi. Awal mula aktivitas pengasapan ikan di Desa Wonosari masih bersifat tradisional yakni di lingkungan rumah penduduk dan menggunakan peralatan sederhana. Warga sekitar yang awalnya belum memahami proses pengasapan ikan, secara bertahap turut mempelajari proses pengasapan ikan dari lingkungan tetangga terdekatnya. Seiring berjalannya waktu jumlah pengolah ikan asap menjadi bertambah. Setiap

warga berusaha untuk melakukan pengasapan ikan sebagai mata pencahariannya atau pekerjaan utama. Produksi ikan asap juga selalu bertambah dan mulai dikenal oleh penduduk dari desa tetangga.

Jumlah pengolah ikan asap di Desa Wonosari yang bertambah banyak, memberikan dampak yang tidak selalu baik. Pengasapan ikan tidak hanya menghasilkan produk berupa ikan asap tetapi juga menghasilkan limbah yang sangat banyak, seperti limbah kotoran ikan, limbah air proses membersihkan ikan, limbah hasil pembakaran, dan limbah berupa polusi asap yang dapat mengganggu warga sekitar serta kelestarian lingkungan. Bermula dari permasalahan tersebut muncul suatu gagasan dari beberapa pengolah untuk mendirikan sebuah tempat pengolahan yang terpusat agar tidak mengganggu warga sekitar pedesaan. Gagasan tersebut juga sejalan dengan pihak Kementerian Kelautan dan Perikanan yang juga bekerja sama dengan pemerintahan Kabupaten Demak untuk membangun suatu tempat pengolahan ikan asap yang terpusat atau biasa disebut sentra pengolahan. Sentra pengolahan ini didirikan sebagai bentuk pengembangan terhadap kegiatan pengolahan ikan di Provinsi Jawa Tengah agar mengalami peningkatan yang lebih baik dan ramah terhadap lingkungan.



Gambar 15 Sentra pengasapan ikan Desa Wonosari Kabupaten Demak

Sentra pengasapan ikan di Desa Wonosari ini berdiri sejak tahun 2000 dengan nama Sentra Pengasapan Ikan “Asap Indah” (Gambar 15). Proses pembangunan sentra dilakukan secara bertahap hingga total bangunan pengolahan (klaster) yang terwujud hanya cukup untuk 76 kelompok pengolah. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan lahan yang dapat digunakan untuk proyek pembangunan sentra. Walaupun jumlah pengolah hanya 76 kelompok, sentra pengasapan ini mampu mengolah ikan segar sebanyak 9 sampai 10 ton per hari.

Adanya sentra pengasapan ikan ini telah memberikan banyak manfaat bagi berbagai pihak seperti meningkatkan kenyamanan para pengolah dalam memproduksi ikan asap, memudahkan kegiatan pemasaran produk ikan asap, dan mengelola limbah secara ramah lingkungan. Selain itu, manfaat utama yang dirasakan penduduk sekitar adalah peningkatan taraf ekonomi masyarakat secara menyeluruh. Sebagai contoh warga di Desa Wonosari tidak semuanya bekerja sebagai pengolah ikan asap, tetapi juga terdapat beberapa warga yang memilih untuk menjadi pedagang, baik pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer. Hal ini menunjukkan adanya suatu eksternalitas positif sebagai dampak dibangunnya sentra pengasapan ikan.

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini terdiri dari berbagai pelaku yang terlibat dalam rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah. Titik masuk dalam memulai proses identifikasi pelaku rantai nilai yaitu melalui sentra pengasapan ikan di Demak. Informasi awal diperoleh melalui wawancara langsung dengan Ketua Sentra Pengasapan Ikan di Demak (Bapak Tejo Purwoto) yang juga pengolah ikan asap di sentra tersebut. Kemudian secara bertahap beberapa responden yang merupakan pelaku di sepanjang rantai nilai berhasil diidentifikasi. Pelaku rantai nilai tersebut terdiri dari beberapa kelompok dari hulu hingga hilir yaitu mulai dari pedagang pengumpul, pedagang pengecer, warung makan, restoran hingga nelayan. Tabel 8 menunjukkan bahwa setiap kelompok pelaku rantai nilai memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

Tabel 8 Karakteristik pelaku rantai nilai produk ikan asap Demak 2020

Karakteristik	Pelaku Rantai Nilai ^a									
	NLY		PPL		PLH		PPC		WMK	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Umur :										
21-30	1	20	-	-	1	4	-	-	-	-
31-40	2	40	2	50	11	36	8	80	-	-
41-50	1	20	1	25	11	36	1	10	2	67
> 50	1	20	1	25	7	24	1	10	1	33
Pendidikan :										
SD	3	60	1	25	24	80	4	40	1	33
SMP	2	40	2	50	3	10	3	30	-	-
SMA	-	-	-	-	3	10	3	30	1	33
S1	-	-	1	25	-	-	-	-	1	33
Pengalaman :										
< 10 tahun	1	20	2	50	15	50	9	90	2	67
> 10 tahun	4	80	2	50	15	50	1	10	1	33
Jml Tanggungan :										
0-2	2	40	1	25	6	20	3	30	1	33
3-5	3	60	2	50	24	80	6	60	2	67
> 6	-	-	1	25	-	-	1	10	-	-
Tempat tinggal :										
Ds. Wonosari	-	-	3	75	30	100	5	50	-	-
Luar Ds. Wonosari	5	100	1	25	-	-	5	50	3	100
Total Pelaku	5	-	4	-	30	-	10	-	3	-

^aKeterangan: NLY: nelayan; PPL: pedagang pengumpul; PLH: pengolah ikan asap; PPC: pedagang pengecer; WMK: warung makan; Jml: jumlah
Sumber: Data primer diolah (2020)

Nelayan

Pelaku rantai nilai produk ikan asap yang pertama adalah nelayan. Nelayan yang dapat dijadikan responden dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yaitu 4 orang diantaranya sudah berpengalaman melaut selama lebih dari 10 tahun dan 1 orang nelayan lainnya berpengalaman kurang dari 10 tahun. Umur dari responden nelayan tergolong produktif yaitu antara 21 hingga 50 tahun. Setiap nelayan sudah berkeluarga artinya terdapat jumlah tanggungan yang harus dipenuhi segala

kebutuhannya dari hasil melaut. Sebagian besar nelayan atau sebanyak 3 orang memiliki tanggungan sebanyak 3-5 orang, sisanya sebanyak 2 orang memiliki tanggungan 0-2 orang. Pendidikan dari nelayan yang menjadi responden tergolong rendah yaitu lulusan SMP dan SD, dengan pendidikan SD sebanyak 3 orang dan SMP sebanyak 2 orang.



Gambar 16 Proses wawancara nelayan di Kabupaten Rembang

Keseluruhan nelayan yang menjadi responden bukanlah berasal dari Desa Wonosari, Kabupaten Demak, melainkan berasal dari Kabupaten Rembang (Gambar 16). Hal ini dikarenakan pasokan ikan untuk sentra pengolahan ikan di Demak tidak mampu dipenuhi oleh nelayan dari Kabupaten Demak, sehingga harus mencari bahan baku yang berasal dari luar Demak yaitu Kabupaten Rembang, Kabupaten Juwana, bahkan DKI Jakarta. Namun, karena keterbatasan untuk menjangkau wilayah tersebut, maka penelitian ini hanya menggunakan responden nelayan yang berasal dari tempat pelelangan ikan (TPI) Rembang untuk melihat pola aktivitas nelayan di dalam rantai nilai produk ikan asap.

Nelayan yang diwawancarai merupakan buruh nelayan yang bekerja untuk pihak lain atau biasa disebut "bos nelayan" (nelayan besar). Nelayan besar di wilayah Kabupaten Rembang ini sulit untuk ditemui karena aktivitas yang sangat padat sehingga proses wawancara dilakukan melalui salah satu buruh nelayan yang juga merupakan orang kepercayaan nelayan besar yaitu nakhoda.

Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul untuk sentra pengasapan ikan Demak berjumlah 8 orang. Setiap pedagang pengumpul menjual jenis ikan yang berbeda-beda yaitu tidak hanya berupa ikan beku seperti manyung dan tongkol melainkan ikan-ikan segar jenis lainnya seperti ikan salem, semar, tongkol, dan pari. Pada kurun waktu penelitian, pedagang pengumpul yang bersedia diwawancarai hanya berjumlah 4 orang, dengan karakteristik 3 orang berasal dari Desa Wonosari dan 1 orang berasal dari luar Desa Wonosari. Seorang pedagang pengumpul yang berasal dari luar Desa Wonosari tidak hanya memasok ikan untuk sentra pengasapan ikan Demak melainkan juga memasok ikan untuk para pengolah pengasapan ikan di luar wilayah sentra yaitu di desa tempat tinggal asalnya.

Latar belakang pendidikan pedagang pengumpul adalah sebanyak 2 orang merupakan lulusan SMP, 1 orang adalah lulusan SD, dan 1 orang sisanya adalah lulusan S1. Dua orang responden telah memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun dan 2 orang sisanya memiliki pengalaman kurang dari 10 tahun. Responden terdiri

atas 3 orang laki-laki dan 1 orang perempuan. Adapun seluruh responden tersebut merupakan tulang punggung bagi keluarganya.

Umumnya, pekerjaan pedagang pengumpul merupakan pekerjaan yang dilakukan secara turun-temurun. Pada penelitian ini, responden merupakan golongan generasi kedua dari pedagang pengumpul. Seluruh responden berasal dari keluarga pedagang pengumpul generasi pertama yang memiliki kemampuan modal besar sehingga memilih untuk melanjutkan pekerjaan orang tuanya yakni sebagai pedagang pengumpul. Selain itu, beberapa pedagang pengumpul juga memiliki hubungan persaudaraan dengan pengolah ikan asap. Hal ini bermula dari aktivitas pengolahan ikan asap yang dilakukan di lingkungan rumah-rumah Desa Wonosari. Awalnya hanya memasok ikan untuk keluarga sendiri, namun seiring berjalannya waktu akhirnya memasok untuk seluruh pengolah yang ada di sentra pengasapan ikan Demak.

Pengolah Ikan Asap

Pengolah ikan asap merupakan pelaku rantai nilai berikutnya yang memiliki jumlah paling banyak dalam penelitian ini. Lokasi pengolah ikan asap yang terpusat di sentra pengasapan ikan memudahkan peneliti dalam proses pemilihan responden. Seluruh pengolah di sentra pengasapan ikan bertempat tinggal di Desa Wonosari. Hal ini merupakan salah satu alasan utama didirikannya sentra pengasapan yaitu untuk memfasilitasi para pengolah agar tidak mengolah di lingkungan rumahnya masing-masing. Adanya sentra pengasapan ikan membuat para pengolah memiliki rutinitas berangkat bekerja disetiap harinya. Jarak antara rumah pengolah dan sentra pengasapan sangat dekat yaitu berkisar antara 300-400 meter.



Gambar 17 Salah satu pengolah di sentra pengasapan ikan Demak

Para pengolah di sentra pengasapan ikan yang berjumlah 76 kelompok, terdapat 30 kelompok yang bersedia menjadi responden. Usia responden pengolah berada pada rentang yang beragam yaitu 1 responden di rentang usia 21-30 tahun, 11 responden di rentang usi 31-40 tahun, 11 responden di rentang usia 41-50 tahun, dan 7 responden yang masih produktif sebagai pengolah walaupun usia sudah diatas 50 tahun (Gambar 17). Proporsi pengalaman bekerja menjadi pengolah ikan asap tergolong seimbang yaitu 15 responden memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun dan 15 responden sisanya memiliki pengalaman kurang dari 10 tahun. Perbedaan rentang usia dan pengalaman disebabkan oleh adanya proses

regenerasi diantara pengolah dalam mewariskan pengalaman mengolah ikan asap yang terkenal sebagai tradisi turun-temurun.

Pendidikan rata-rata para pengolah mayoritas merupakan lulusan SD yakni sebanyak 24 responden. Hanya sedikit yang memiliki pendidikan akhir SMP dan SMA yaitu masing-masing sebanyak 3 responden. Latar belakang pendidikan yang rendah membuat para pengolah untuk selalu giat bekerja demi memenuhi kebutuhan keluarga, terutama dalam memenuhi jumlah tanggungan yang cukup banyak. Setidaknya terdapat 24 responden yang memiliki jumlah tanggungan sebanyak 3-5 orang dan 6 responden lainnya hanya memiliki jumlah tanggungan sebanyak 0-2 orang. Namun, hasil keuntungan yang diperoleh dari kegiatan mengolah ikan asap sangatlah besar, yaitu berkisar antara Rp200 000 hingga Rp400 000 per hari. Adapun jumlah hari aktif bekerja di sentra pengasapan ikan Demak rata-rata berjumlah 25 hari dengan jumlah libur 1 hari yang tidak terjadwal disetiap minggunya.

Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer pada penelitian ini terdiri dari 10 responden yaitu 5 responden berasal dari Desa Wonosari dan 5 responden lainnya berasal dari luar Desa Wonosari. Responden pedagang pengecer sebagian besar berusia produktif antara 31-40 tahun yaitu sebanyak 8 orang, 1 orang berumur 41-50 tahun dan 1 orang sisanya berumur diatas 50 tahun. Tingkat pendidikan pedagang pengecer beragam meliputi 4 orang berpendidikan SD, 3 orang berpendidikan SMP, dan 3 orang berpendidikan SMA. Sebanyak 6 orang responden memiliki jumlah tanggungan 3-5 orang, 3 orang responden memiliki jumlah tanggungan 0-2 orang, dan hanya 1 orang yang memiliki jumlah tanggungan di atas 6 orang.

Pedagang pengecer ini umumnya belum terlalu lama bekerja dalam bidang usaha penjualan ikan asap. Terdapat 9 dari 10 responden yang memiliki pengalaman bekerja kurang dari 10 tahun dan hanya 1 orang yang telah memiliki pengalaman bekerja lebih dari 10 tahun. Hal ini disebabkan oleh tingkat kesulitan bekerja sebagai pedagang pengecer relatif lebih mudah dilakukan dan tidak memerlukan modal yang besar untuk memulai usaha. Sistem pembayaran kepada pengolah ikan asap dilakukan oleh pedagang pengecer setelah produk ikan asap habis terjual, sehingga tidak memberatkan pedagang pengecer. Hambatan untuk masuk ke pasar (*barrier to entry*) yang rendah ini menyebabkan pelaku baru mudah untuk menjadi pedagang pengecer atau berjualan ikan asap secara eceran.

Warung Makan atau Restoran

Responden warung makan terdiri atas 3 pemilik warung makan. Pencarian responden warung makan cukup sulit dilakukan karena tidak semua pemilik warung makan bersedia untuk diwawancarai. Hal ini disebabkan oleh adanya kekhawatiran pemilik warung makan dalam memberikan informasi secara terbuka terutama mengenai informasi penting internal warung makan. Warung makan membutuhkan modal yang besar sehingga menyebabkan hambatan masuk ke pasar (*barrier to entry*) cukup tinggi. Di samping itu, warung makan juga harus memiliki ciri khas tertentu jika ingin bertahan dan memiliki pangsa pasar yang besar. Lokasi warung makan responden berasal dari luar Desa Wonosari, yaitu berlokasi di Kota Semarang, Kota Demak, dan Pasar Demak. Responden pemilik warung makan terdiri atas 2 orang perempuan dan 1 orang laki-laki. Satu orang

memiliki jumlah tanggungan 0-2 orang dan 2 orang lainnya memiliki tanggungan 3-5 orang.

Pada dasarnya dibutuhkan keahlian khusus dan pengalaman untuk mengelola warung makan agar dapat bersaing dan bertahan dalam menjalankan usahanya. Hal ini terlihat dari usia responden dimana terdapat 2 orang yang berusia 41-50 tahun dan 1 orang yang berusia di atas 50 tahun. Dua responden memiliki pengalaman menjalankan usaha ini lebih dari 10 tahun dan 1 orang sisanya berpengalaman kurang dari 10 tahun. Pendidikan pemilik warung makan berbeda-beda yaitu 1 orang berpendidikan SD, 1 orang berpendidikan SMA, dan 1 orang berpendidikan S1. Berdasarkan pengamatan, pengelolaan keuangan usaha pada warung makan yang dimiliki oleh responden berpendidikan SMA dan S1 relatif memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan responden berpendidikan SD.

Analisis Rantai Nilai

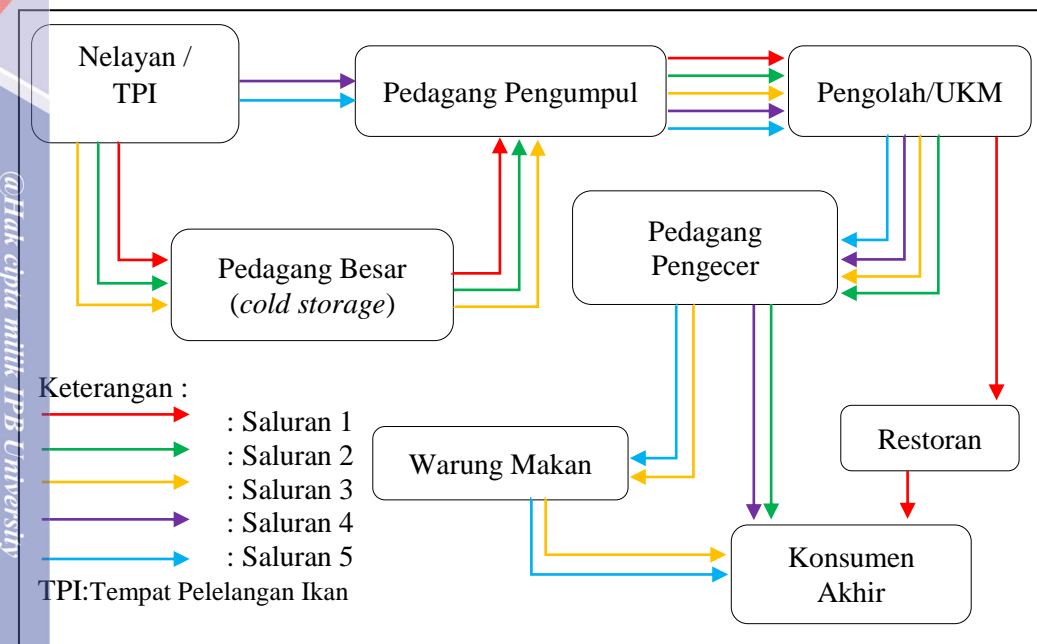
Pemetaan (*Mapping*)

Pemetaan (*mapping*) merupakan proses identifikasi terhadap beberapa indikator yang berkaitan dengan rantai nilai yaitu jumlah pelaku yang terlibat, proses inti atau aktivitas utama setiap pelaku, dan persentase volume produk. Setiap indikator tersebut dapat memberikan gambaran awal untuk dapat melakukan tahapan analisis selanjutnya meliputi analisis tata kelola dan nilai tambah yang secara keseluruhan dapat mengetahui keunggulan bersaing suatu produk. Sebagai contoh, jumlah pelaku yang terlibat dalam rantai nilai dapat berdampak pada aktivitas nilai tambah suatu produk dan besarnya margin keuntungan yang diperoleh setiap pelaku.

Pelaku Rantai Nilai

Pelaku yang terlibat dalam rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah meliputi nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, pengolah ikan asap, pedagang pengecer, dan warung makan atau restoran. Para pelaku bekerjasama dalam menciptakan produk ikan asap hingga sampai ke konsumen. Gambar 18 menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang terbentuk dalam rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah terdiri dari lima saluran.

- Saluran 1: Nelayan – Pedagang Besar – Pedagang Pengumpul – Pengolah – Restoran – Konsumen Akhir
- Saluran 2: Nelayan – Pedagang Besar – Pedagang Pengumpul – Pengolah – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir
- Saluran 3: Nelayan – Pedagang Besar – Pedagang Pengumpul – Pengolah – Pedagang Pengecer – Warung Makan – Konsumen Akhir
- Saluran 4: Nelayan – Pedagang Pengumpul – Pengolah – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir
- Saluran 5: Nelayan – Pedagang Pengumpul – Pengolah – Pedagang Pengecer – Warung Makan – Konsumen Akhir



Gambar 18 Saluran pemasaran produk ikan asap di Jawa Tengah

Setiap saluran pemasaran memiliki perbedaan mendasar yaitu jenis ikan yang dialirkan sepanjang rantai nilai ikan asap. Jenis ikan yang banyak digunakan sebagai bahan baku ikan asap adalah ikan manyung, tongkol, dan pari. Ikan asap berbahan baku manyung terdapat pada saluran satu, dua, dan tiga. Kemudian ikan asap berbahan baku tongkol terdapat pada saluran dua dan tiga. Sedangkan ikan asap berbahan baku pari terdapat pada saluran empat dan lima. Pelaku yang terlibat dalam rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah hampir sama dengan pelaku rantai nilai ikan cakalang di Kota Ambon (Luhur dan Yusuf 2017). Namun, pada penelitian ini terdapat tambahan pelaku rantai nilai yaitu warung makan atau restoran.

Aktivitas Utama Rantai Nilai

Secara keseluruhan, setiap pelaku dalam rantai nilai melakukan aktivitas utama sesuai dengan kapasitas yang dimiliki (Tabel 9). Pengecualian bagi nelayan, setiap pelaku melakukan tiga aktivitas yang sama yaitu pembelian, penjualan, dan standarisasi produk baik produk ikan segar maupun ikan asap. Sementara itu, nelayan hanya melakukan aktivitas penjualan dan standarisasi. Nelayan tidak melakukan pembelian karena aktivitas utamanya adalah menangkap ikan. Setiap pelaku rantai nilai memiliki ciri khas dalam melakukan aktivitas utamanya seperti pedagang besar melakukan aktivitas penyimpanan dan pendistribusian, pedagang pengumpul melakukan aktivitas pendistribusian tanpa penyimpanan, pengolah melakukan pengasapan ikan, dan pedagang pengecer melakukan pendistribusian hasil pengasapan ikan. Khusus untuk pelaku warung makan dan restoran melakukan aktivitas utama berupa pengolahan ikan asap setengah jadi menjadi suatu masakan yang khas dari Jawa yaitu mangut.

Tabel 9 Aktivitas utama pelaku rantai nilai produk ikan asap

Aktivitas Utama	Pelaku Rantai Nilai ^a						
	NLY	PBS	PPL	PLH	PPC	WMK	RST
Penangkapan	√	-	-	-	-	-	-
Penyimpanaan	√	√	-	-	-	-	√
Pengolahan	-	-	-	√	-	√	√
Pendistribusian	-	√	√	-	√	-	-
Pembelian	-	√	√	√	√	√	√
Penjualan	√	√	√	√	√	√	√
Standardisasi	√	√	√	√	√	√	√

^aKeterangan: NLY: Nelayan; PBS: Pedagang Besar; PPL: Pedagang Pengumpul; PLH: Pengolah; PPC: Pedagang Pengecer; WMK: Warung Makan; RST: Restoran.

Sumber: Data primer diolah (2020)

Nelayan merupakan pelaku pertama dalam rantai nilai yang menyediakan bahan baku untuk produk ikan asap. Bahan baku produk ikan asap sebagian besar dihasilkan dari jenis ikan laut. Beberapa ikan laut yang menjadi bahan baku utama produk ikan asap di sentra pengasapan ikan Demak adalah ikan manyung, tongkol, dan pari. Bahan baku ikan asap tersebut berasal dari nelayan luar Kabupaten Demak. Hal ini dikarenakan hasil tangkapan nelayan di wilayah Demak tidak mampu mencukupi kapasitas permintaan produksi di sentra pengasapan ikan Demak, sehingga kebutuhan pasokan bahan baku harus didatangkan dari luar wilayah Demak seperti Kabupaten Rembang, Kabupaten Juwana, hingga DKI Jakarta.

Salah satu pemasok bahan baku ikan asap berasal dari nelayan di Kabupaten Rembang. Para nelayan yang berasal dari daerah Rembang biasa melaut selama kurang lebih 18-25 hari tergantung dari kapasitas kapal yang digunakan. Nelayan yang melaut biasa disebut dengan buruh nelayan. Buruh nelayan bekerja untuk nelayan besar atau biasa disebut "bos nelayan". Setelah pulang dari melaut, buruh nelayan langsung memberikan hasil tangkapannya kepada orang yang telah ditugaskan oleh nelayan besar atau biasa disebut "pengurus". Hasil tangkapan yang telah terkumpul di nelayan besar kemudian langsung dijual oleh pengurus kepada pedagang pengumpul atau pedagang besar. Tugas buruh nelayan hanya sebatas menangkap ikan di laut dan menyerahkan hasil tangkapan kepada pengurus tanpa harus memikirkan proses penjualan ikan tersebut. Setelah tangkapan diberikan kepada pengurus, buruh nelayan selanjutnya hanya menunggu upah dari nelayan besar atas jasanya menangkap ikan. Upah buruh nelayan biasa diberikan setelah 7 hari oleh nelayan besar. Hal ini disebabkan oleh hasil penjualan ikan yang tidak langsung dibayar oleh pedagang pengumpul atau pedagang besar kepada nelayan besar.

Pedagang besar (pabrik/cold storage) membeli hasil tangkapan ikan laut dari nelayan yang kemudian menyimpan ikan tersebut terlebih dahulu untuk dibekukan. Jenis ikan yang dibekukan biasanya adalah ikan manyung dan ikan tongkol. Proses pembekuan ikan dilakukan untuk membuat ikan bertahan lebih lama. Ikan beku hasil penyimpanan yang dilakukan oleh pedagang besar kemudian dijual ke pedagang pengumpul. Adapun dalam aktivitas pembelian ikan dari nelayan, pedagang besar biasanya datang langsung ke pelabuhan atau tempat pelelangan ikan (TPI). Pada proses pembelian ikan, pedagang besar bertanggung

jawab terhadap aktivitas bongkar muat yang memakan waktu 1-2 jam. Artinya, pedagang besar melakukan proses distribusi ikan segar dari pelabuhan atau TPI ke tempat penyimpanan ikan beku (*cold storage*). Sementara dalam aktivitas penjualan ikan beku, pedagang besar tidak perlu melakukan proses distribusi, melainkan pedagang pengumpul yang datang langsung ke tempat penyimpanan ikan beku.

Pedagang pengumpul memperoleh produk ikan dari dua sumber pelaku yaitu ikan segar yang berasal dari nelayan besar dan ikan beku yang berasal dari pedagang besar. Proses pembelian ikan dilakukan oleh pedagang pengumpul dengan mendatangi langsung nelayan besar dan pedagang besar. Pedagang pengumpul kemudian menjual ikan segar dan ikan beku kepada pengolah ikan untuk dijadikan ikan asap. Pada proses penjualan ikan ke pengolah, pedagang pengumpul mengantarkan langsung ikan ke sentra pengasapan ikan di Demak. Artinya, pedagang pengumpul melakukan aktivitas pendistribusian, pembelian, dan penjualan ikan. Selama aktivitas tersebut berlangsung, terdapat proses bongkar muat yang seluruh biayanya ditanggung oleh pedagang pengumpul.

Pengolah memproses bahan baku ikan yang berasal dari pedagang pengumpul untuk diolah menjadi ikan asap. Pengolah ikan asap tidak perlu mencari bahan baku ikan dan bahan pendukung lainnya karena seluruh kebutuhan telah “disediakan” atau dikirimkan ke sentra pengasapan oleh pedagang pengumpul. Pengolah ikan hanya fokus melakukan aktivitas mengolah menjadi produk ikan asap. Proses pengasapan ikan meliputi tahapan pemilihan ikan terlebih dahulu untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas. Selanjutnya, dilakukan proses pemotongan dan pembersihan ikan. Kemudian tahap terakhir setelah dilakukan pembersihan adalah pengasapan. Proses pengolahan ikan asap berlangsung setiap hari dari pukul 09.00 hingga pukul 15.00. Produk ikan asap yang dihasilkan oleh pengolah masih berupa produk setengah jadi. Sebagian besar pengolah ikan asap tidak menjual langsung produk ikan asap setengah jadi tersebut ke pasar, melainkan pedagang pengecer yang akan mengambil ikan asap secara langsung dari pengolah di sentra pengasapan.

Pedagang pengecer membeli produk ikan asap setengah jadi dari pengolah di sentra pengasapan ikan. Proses transaksi dilakukan dengan mengambil langsung produk ikan setengah jadi di pengolah ikan asap kemudian menjualnya ke pasar tradisional. Pedagang pengecer melakukan proses distribusi berupa pengambilan produk dari pengolah dan umumnya akan dijual ke pasar tradisional. Dengan demikian, pedagang pengecer melakukan beberapa aktivitas utama yaitu distribusi, pembelian, dan penjualan. Aktivitas penjualan pedagang pengecer di pasar tradisional dapat dilakukan pada dua periode waktu yaitu dini hari dan pagi hari. Pedagang pengecer biasanya mengambil produk ikan asap pada saat sore hari dan kemudian menjualnya di waktu yang berbeda, yaitu pada dini hari pukul 02.00-03.00 atau pagi hari pukul 06.00-09.00. Produk ikan asap dapat bertahan selama 1-2 hari sehingga produk yang diambil sore hari dapat dijual keesokan harinya. Adapun konsumen yang membeli produk ikan asap setengah jadi dari pedagang pengecer tidak hanya konsumen akhir rumah tangga, melainkan juga pemilik warung makan.

Warung makan membeli ikan asap setengah jadi kemudian diolah lebih lanjut menjadi hidangan masakan yang dijual ke konsumen akhir. Warung makan mengolah ikan asap setengah jadi menjadi masakan khas Jawa yaitu ikan mangut.

Ciri khas dari masakan mangut yaitu menggunakan ikan asap sebagai bahan baku dan tidak dapat digantikan oleh jenis ikan segar. Warung makan pengolah ikan mangut ini merupakan warung nasi pada umumnya yang menjual nasi dengan berbagai lauk ke konsumen akhir. Namun, faktor pembedanya adalah warung makan ini menjual ikan mangut sebagai hidangan masakan utamanya. Konsumen akhir dari warung makan yang membeli masakan ikan mangut meliputi karyawan kantor dan penduduk sekitar. Adapun aktivitas warung makan ini dimulai dari pukul 07.00 sampai dengan pukul 17.00.

Restoran merupakan pelaku lain selain warung makan yang juga mengolah ikan asap setengah jadi menjadi hidangan masakan dengan skala usaha yang lebih besar. Restoran ini khusus menjual masakan mangut sebagai ciri khasnya. Restoran tidak membeli ikan asap ke pasar tradisional seperti halnya warung makan, melainkan langsung membeli ke pengolah karena jumlah ikan asap yang dibutuhkan relatif berjumlah besar. Restoran melakukan kerjasama dengan pengolah untuk menyediakan ikan asap meskipun tanpa adanya perjanjian tertulis. Restoran meminta pengolah untuk melakukan distribusi ikan asap secara rutin dengan adanya proses pemesanan terlebih dahulu. Sama halnya seperti warung makan, restoran mengolah ikan asap untuk dijual kepada konsumen akhir.

Volume Produk Rantai Nilai

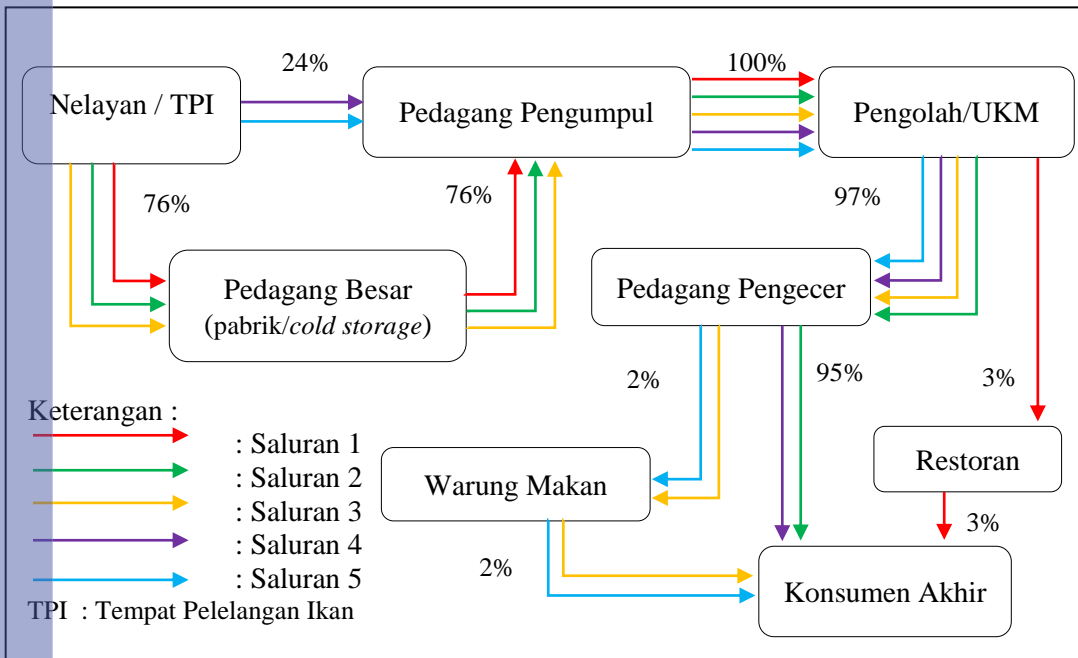
Volume produk ikan asap di sepanjang rantai nilai pada dasarnya tidak dapat diidentifikasi secara pasti karena adanya keterbatasan penelusuran pelaku yang terlibat. Selain itu, sumber utama bahan baku ikan berasal dari nelayan di beberapa daerah sehingga sulit mendapatkan angka pasti volume produk ikan segar dari nelayan. Oleh karena itu, digunakan beberapa asumsi untuk memudahkan pemahaman mengenai aliran volume produk ikan asap.

Sumber utama bahan baku ikan berasal dari nelayan di beberapa daerah dengan proporsi volume yang berbeda-beda namun tetap didominasi oleh nelayan di wilayah Jawa Tengah seperti Demak (3%), Pati-Juwana (2.2%), Rembang (94%), dan sisanya dari luar Jawa Tengah seperti Probolinggo (0.8%). Meskipun pemasok bahan baku terbesar berasal dari Rembang namun sentra ikan asap tidak terletak di daerah Rembang. Hal ini dikarenakan setiap daerah umumnya telah memiliki keunggulan produk olahan tertentu. Umumnya, masyarakat di Rembang lebih banyak melakukan pengolahan ikan pindang dan untuk pengolahan ikan asap tetap terpusat di daerah Demak.

Gambaran mengenai volume produk pada rantai nilai ikan asap dapat diperoleh dengan cara menentukan rata-rata volume bahan baku ikan segar yang biasa diolah oleh seluruh pengolah di sentra pengasapan ikan Demak yaitu 9 ton per hari. Volume produk yang mengalir dari hulu ke hilir mengalami penyusutan akibat adanya proses penentuan kualitas ikan segar (standarisasi) dan limbah ikan pada saat mengolah ikan asap. Adapun bahan baku ikan asap terdiri dari berbagai macam jenis ikan. Proses analisis difokuskan pada jenis ikan yang banyak digunakan sebagai bahan baku ikan asap yaitu ikan manyung, ikan tongkol, dan ikan pari.

Gambar 19 menunjukkan persentase aliran volume produk di dalam rantai nilai ikan asap. Proses awal dimulai dari nelayan yang menjual sebagian besar hasil tangkapannya ke pedagang perantara. Sebanyak 76% ikan segar milik nelayan dijual ke pedagang besar untuk dibekukan. Kemudian 24% sisanya

berupa ikan segar dijual ke pedagang pengumpul. Kedua jenis ikan, baik ikan beku maupun ikan segar seluruhnya dibeli oleh pedagang pengumpul. Artinya, sebanyak 100% bahan baku ikan yang diperoleh pedagang pengumpul akan dijual ke pengolah di sentra pengasapan ikan. Setelah proses pengasapan ikan selesai, pengolah menjual sebagian besar produk ikan asap setengah jadi ke pedagang pengecer dan sebagian kecil ke restoran. Setiap pengolah ikan memiliki minimal satu orang pedagang pengecer yang telah menjadi konsumen tetap untuk memasarkan produknya. Pada proses ini artinya sentra pengasapan ikan tidak hanya menjadi pusat pengolahan ikan asap tetapi juga menjadi pusat penjualan ikan asap. Sebanyak 97% ikan asap setengah jadi dibeli oleh pedagang pengecer yang kemudian akan diperdagangkan kembali, dan 3% sisanya langsung dijual ke restoran. Jumlah ikan asap yang berasal dari pedagang pengecer sebanyak 95% dibeli oleh konsumen akhir rumah tangga. Sebesar 2% sisanya dibeli oleh warung makan untuk diolah kembali menjadi masakan mangut yang kemudian akan dijual ke konsumen akhir.



Gambar 19 Persentase aliran volume produk ikan asap

Tata Kelola (Governance)

Tata kelola (*governance*) adalah tahapan analisis rantai nilai selanjutnya setelah proses pemetaan. Tata kelola dalam hal ini merupakan analisis kualitatif yang terbentuk dari suatu interaksi di antara pelaku rantai nilai. Para pelaku dalam rantai nilai bekerjasama dan berupaya menghasilkan suatu nilai terhadap produk. Nilai produk yang dihasilkan berdasarkan adanya aktivitas yang saling berhubungan diantara setiap pelaku seperti sistem koordinasi, regulasi dan persyaratan tertentu, serta mekanisme kendali. Ketiga hal tersebut merupakan pendekatan terbaik dalam memahami analisis tata kelola karena menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan dimensi sosial (ACIAR, 2012).

Sistem Koordinasi

Pada rantai nilai produk ikan asap terdapat suatu sistem koordinasi yang terbentuk diantara setiap pelaku. Sistem koordinasi ini merupakan dasar adanya proses kerjasama antar pelaku rantai nilai produk ikan asap. Koordinasi yang terbentuk hanya bersifat informal atau tidak tertulis dan hanya didasari oleh rasa kepercayaan yang tinggi diantara para pelaku. Menurut ACIAR (2012), hubungan yang terjalin tanpa adanya kepercayaan akan selalu menciptakan koordinasi yang lemah. Pada rantai nilai ikan asap, hubungan antara pengolah dan pengumpul serta pengolah dan pengecer telah terjalin kuat. Hubungan tersebut didasari oleh adanya persamaan budaya atau asal daerah yang sama (satu desa) sehingga hubungan yang terjalin menjadi lebih kuat daripada perjanjian tertulis yaitu berlandaskan azas kekeluargaan.

Hubungan setiap pelaku diawali dengan adanya sistem keringanan dalam hal pembayaran atau pemberian modal kepada pelaku lainnya, seperti pedagang pengumpul yang memberikan keringanan kepada pengolah berupa pembayaran bahan baku atau hutang terlebih dahulu. Setelah ikan diolah, kemudian pedagang pengecer akan menjual ikan asap tersebut. Pedagang pengecer juga mendapatkan keringanan pembayaran dari pengolah ikan asap yaitu pembayaran yang dapat dilakukan setelah ikan asap laku terjual di pasar. Hubungan dengan tingkat kepercayaan tinggi inilah yang mengakibatkan sistem koordinasi menjadi lebih singkat tanpa adanya perjanjian secara tertulis terlebih dahulu. Sistem koordinasi tersebut menunjukkan adanya pelaku utama atau aktor kunci di dalam sebuah rantai nilai. Pelaku utama dalam rantai nilai produk ikan asap adalah pengolah.

Pengolah ikan asap disebut sebagai pelaku utama di dalam rantai nilai karena jumlahnya yang sangat besar dibandingkan pelaku lainnya, yaitu sebanyak 76 kelompok, yaitu masing-masing kelompok terdiri atas 3-5 orang. Selain itu, meskipun terdapat hubungan yang saling tergantung, namun tingkat ketergantungan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer kepada pengolah lebih besar. Hal ini disebabkan pengolah ikan asap memiliki keahlian dan melakukan aktivitas yang paling penting dalam menciptakan nilai ikan asap, sehingga pengolah memiliki pengaruh yang kuat (*bargaining power*) di dalam rantai nilai.



Gambar 20 Aktivitas jual beli antara pedagang pengumpul dan pengolah

Sistem koordinasi yang paling tampak di dalam rantai nilai ikan asap adalah ketika berlangsungnya proses jual beli (Gambar 20). Transaksi tetap dilakukan meskipun terdapat perubahan harga antara pengolah, pedagang pengumpul, dan

pedagang pengecer. Namun, perubahan harga tersebut tidak berdampak pada koordinasi yang terbentuk mengingat adanya hubungan kepercayaan yang baik. Tingginya kepercayaan menimbulkan keyakinan diantara ketiga pelaku ini untuk dapat menjual produk ikan asap dengan baik. Secara teknis, aktivitas koordinasi dalam rantai nilai ikan asap dilakukan hanya dengan menggunakan telepon seluler (*handphone*), misalnya ketika pengolah akan memproduksi atau tidak di keesokan harinya, maka pengolah menghubungi pelaku lainnya melalui telepon seluler. Begitupula ketika terdapat pesanan yang jumlahnya melebihi dari rutinitas produksi sehari-hari, maka para pelaku akan saling berkoordinasi melalui telepon seluler.

Pelaku lain dalam rantai nilai ikan asap adalah nelayan, pedagang besar, warung makan, dan restoran. Para pelaku ini juga menggunakan media telepon seluler dalam melakukan sistem koordinasinya. Koordinasi yang terjadi pada beberapa pelaku tersebut bersifat biasa, hanya mencakup aktivitas transaksi jual beli biasa dan tidak terjadi koordinasi yang eksklusif seperti hubungan antara pedagang pengumpul – pengolah dan pengolah – pedagang pengecer. Sebagai contoh, ketika pedagang besar tidak mendapatkan ikan dari nelayan yang satu, maka pedagang besar akan mudah membeli ikan dari nelayan yang lain. Begitu pula dengan warung makan ketika tidak mendapatkan ikan asap setengah jadi dari pedagang pengecer yang satu, maka warung makan dapat membeli dari pedagang pengecer lainnya yang ada di pasar. Kondisi ini berbeda dengan hubungan pedagang pengumpul dengan pengolah dan pengolah dengan pedagang pengecer yang lebih eksklusif yaitu terdapat suatu kriteria atau persyaratan tertentu yang harus dipenuhi dengan tetap berlandaskan azas kekeluargaan.

Hubungan atas dasar kepercayaan tidak selalu berjalan lancar tanpa hambatan. Sebagai contoh, proses pembayaran yang tidak tepat waktu akan mengakibatkan munculnya permasalahan dengan efek berantai. Pada masalah ini, yang paling berisiko adalah pedagang pengumpul. Hal ini dikarenakan pembayaran ke pedagang besar dan nelayan biasanya harus tepat waktu walaupun sudah diberi kelonggaran hutang beberapa hari. Selain itu, permasalahan juga muncul ketika pedagang pengecer terlambat melakukan pembayaran ke pengolah, maka pengolah juga akan terlambat membayar ke pedagang pengumpul. Salah satu penyebabnya karena pedagang pengecer mendapatkan kualitas ikan asap yang kurang baik sehingga tidak mengambil lagi dari pengolah tersebut dan pedagang pengecer justru mengambil ikan asap dari pengolah lainnya. Begitu juga dengan pengolah ketika tidak membayar hutang ke pedagang pengumpul karena alasan kualitas ikan yang buruk sehingga menimbulkan pilihan untuk pindah ke pedagang pengumpul lainnya. Proses berpindahnya ke pengolah lain atau pedagang pengumpul lain berdampak pada proses pelunasan yang mundur hingga berminggu-minggu. Namun, permasalahan ini biasanya akan selesai dan tidak berlangsung lama dikarenakan terdapat masalah yang lebih mendasar yaitu terkait aktivitas penjualan atau pemasaran pada sektor hilir atau di pasar tradisional seperti adanya musim hujan berkepanjangan, musim anak masuk sekolah, musim panen padi atau musim lainnya yang dapat menyebabkan kondisi pasar menjadi sepi pembeli dan penjualan ikan asap juga menjadi turun.

Regulasi dan Persyaratan Tertentu

Setiap pelaku di dalam rantai nilai berusaha untuk menyampaikan suatu produk yang berkualitas berdasarkan regulasi yang berlaku dan persyaratan tertentu yang harus dipenuhi setiap pelaku. Penciptaan nilai produk yang berkualitas untuk konsumen akhir ditentukan dari pelaku yang berada paling hulu. Umumnya, setiap pelaku rantai nilai ikan asap harus memahami kualitas ikan yang baik, seperti memiliki ciri-ciri aroma, tekstur, dan warna yang sesuai. Ikan yang digunakan sebagai bahan baku harus beraroma khas ikan segar atau ikan beku dan memiliki warna yang cerah. Ikan segar memiliki tekstur yang tidak terlalu lunak dan tidak keras, sementara ikan beku memiliki tekstur keras. Begitu pula dengan ikan asap yang dihasilkan oleh pengolah harus memperhatikan aroma, tekstur, dan warna ikan asap yang baik sebagai faktor penentu ikan asap yang berkualitas. Ikan asap dapat dikatakan berkualitas baik jika memiliki aroma khas ikan asap, tekstur daging ikan asap yang tidak terlalu lunak dan tidak keras, serta warna yang terlihat kuning kecoklatan. Kualitas yang baik tersebut sangat menentukan suatu nilai dapat tercipta melalui produk ikan asap yang akan dijual ke konsumen akhir rumah tangga, warung makan atau restoran.

Setiap pelaku harus mematuhi peraturan sesuai dengan kapasitas bidangnya masing-masing. Misalnya, nelayan yang harus mematuhi aturan dalam melakukan penangkapan ikan seperti tidak diperbolehkan menggunakan bahan peledak dan harus menggunakan peralatan tangkap ikan yang ramah lingkungan. Kemudian pedagang besar harus menggunakan penyimpanan dingin yang sesuai standar sehingga ikan terjaga dalam kondisi beku pada tingkat derajat tertentu yang dipersyaratkan. Selanjutnya, pedagang pengumpul harus menggunakan pengawet yang tidak berbahaya seperti es batu, wadah pendingin (*box fiber*) atau mobil berpendingin dalam proses pendistribusian. Pada tingkat pengolah, proses pengolahan ikan asap harus dilakukan secara higienis. Lingkungan tempat pengolahan juga harus terjaga kebersihannya. Setelah itu, pelaku rantai nilai berikutnya yaitu pedagang pengecer harus menjual produk ikan asap yang masih *fresh* dan tidak berbau sehingga konsumen mendapatkan produk ikan asap yang berkualitas. Secara umum, terdapat suatu persyaratan yang harus dipatuhi oleh seluruh pelaku di dalam rantai nilai ikan asap yaitu bahan baku dari ikan asap yang harus bebas dari bahan kimia berbahaya.



Gambar 21 Petugas pemerintah berkunjung ke Sentra Pengasapan Ikan

Adapun aparat pemerintah melakukan pengawasan dalam pemenuhan persyaratan atau regulasi yang berlaku di setiap pelaku rantai nilai (Gambar 21). Sebagai contoh, terdapat Dinas Kelautan dan Perikanan Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap dan Dinas Perhubungan Angkutan Laut yang mengontrol aktivitas nelayan. Dinas Kelautan dan Perikanan daerah setempat juga melakukan pengawasan dan mengontrol aktivitas pedagang besar. Pedagang pengumpul dalam aktivitas mendistribusikan ikan akan berkaitan dengan Dinas Perhubungan dan Kepolisian. Pada saat melewati batas wilayah antar kabupaten, pedagang pengumpul harus memiliki izin surat jalan. Selain itu, besarnya muatan barang juga tidak diperbolehkan melebihi kapasitas (*tonnage*) yang dipersyaratkan. Begitu juga dengan pengolah ikan dalam aktivitas mengolah ikan akan berhubungan dengan Dinas Kelautan Perikanan Bagian Pengolahan dan Pemasaran, Dinas Kesehatan, serta Dinas Koperasi dan UMKM. Khusus untuk pedagang pengecer hampir sama seperti pedagang pengumpul yang dalam melaksanakan aktivitasnya akan berkaitan dengan Dinas Perhubungan dan Kepolisian yaitu dalam menggunakan sepeda motor sebagai alat angkutan, jumlah ikan asap yang diangkut tidak boleh melebihi beban angkut (*overload*). Pedagang pengecer juga harus mematuhi etika berjualan di pasar tradisional yakni berhubungan dengan Pemerintah Daerah melalui Petugas Pengelola Pasar atau Satpol PP. Sementara itu, untuk warung makan dan restoran berkaitan dengan Dinas Kesehatan serta Dinas Koperasi dan UMKM.

Mekanisme Kendali

Dimensi mekanisme kendali merupakan bagian dari tata kelola yang berhubungan dengan adanya penyampaian informasi penting di antara pelaku pada rantai nilai. Mekanisme kendali juga berhubungan dengan kepatuhan terhadap regulasi atau persyaratan tertentu yang ada di dalam rantai nilai. Adapun proses untuk memastikan setiap pelaku beraktivitas sesuai dengan regulasi yang berlaku akan dikendalikan oleh pihak di luar rantai nilai ikan asap, yaitu pemerintah. Misalnya, kegiatan nelayan dalam mengumpulkan ikan harus memiliki surat perizinan kapal dan menggunakan peralatan yang ramah lingkungan. Sebelum melaut, Dinas Perhubungan Angkutan Laut akan memeriksa kelengkapan surat izin kapal, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan nelayan. Jika tidak mematuhi regulasi yang berlaku maka nelayan akan mendapatkan sanksi dan tidak diperkenankan melaut. Jika tidak melaut, hal ini dapat berdampak pada terganggunya pasokan ikan laut. Sementara itu, mekanisme kendali di dalam rantai nilai sangat ditentukan oleh faktor informasi.

Pada rantai nilai ikan asap, penyampaian informasi mengalir di antara pelaku secara tidak lengkap atau ketimpangan (*asymmetric information*). Informasi beredar secara konvensional di antara sesama pelaku baik secara horizontal maupun vertikal. Informasi yang beredar yaitu mengenai suatu hal yang dapat menjadi lebih dari satu versi dan belum terjamin kebenarannya, sehingga pelaku biasanya menggali atau mencari informasi ke berbagai pihak untuk meyakinkan dan mencari kebenaran akan informasi yang beredar. Tidak jarang, pelaku mengambil keputusan berdasarkan isu yang berkembang. Hal ini terjadi karena tidak ada satu pihak yang memiliki kemampuan yang kuat dalam memegang kendali informasi. Namun demikian, kendali informasi cenderung dimiliki oleh pengolah karena pengolah merupakan pelaku utama di dalam rantai

nilai. Meskipun dalam hal ini, pengolah tidak memiliki kekuatan lebih untuk mengambil keputusan secara sepihak karena adanya hubungan ketergantungan dengan pelaku lain seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Mekanisme kendali dalam rantai nilai ikan asap antara lain berkaitan dengan proses pembayaran, perolehan bahan baku, dan penentuan kualitas. Terkait dengan pembayaran, masalah yang muncul salah satunya berkaitan dengan rentang waktu pembayaran yaitu pembayaran produk dilakukan dalam rentang waktu beberapa hari (hutang). Pengolah dalam kondisi ini memiliki kendali untuk menentukan rentang waktu pembayaran. Namun demikian, ketika sampai pada batas waktu yang disepakati, pengolah yang telat membayarkan hutangnya kepada pedagang pengumpul, maka keesokan harinya pedagang pengumpul akan memberikan sanksi dengan cara tidak memasok ikan ke pengolah tersebut. Selain itu, pedagang pengumpul juga melakukan penagihan dengan menghubungi secara terus-menerus hingga mendatangi rumah pengolah untuk menagih hutang pengolah. Jika pengolah masih saja tidak melakukan pembayaran, maka ia akan di nilai buruk (*blacklist*) oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul akan mengabarkan nama pengolah tersebut ke pelaku lainnya. Pada masalah tersebut sanksi sosial akan bekerja dengan sendirinya. Adapun penyelesaian masalah pada umumnya masih menggunakan cara kekeluargaan dan tanpa kekerasan. Hal ini dikarenakan adanya hubungan yang telah lama terjalin, bersifat turun-temurun, saling membutuhkan, dan asal daerah yang sama.



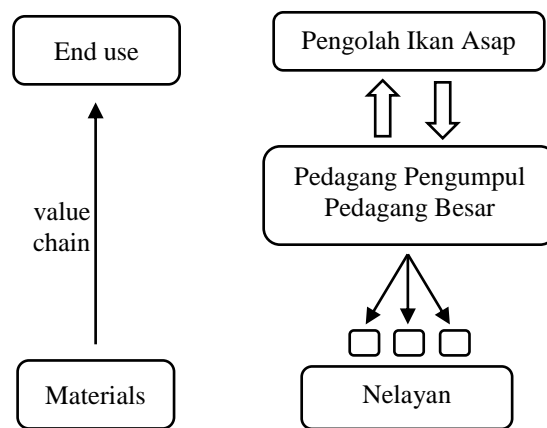
Gambar 22 Para pengolah bermusyawarah membahas pemasok baru

Selain berkaitan dengan aturan pembayaran, proses kendali juga dilakukan setiap pelaku pada beberapa hal yang berkaitan dengan informasi mengenai harga dan kualitas ikan atau informasi tentang pasar dan pelaku lainnya dalam rantai nilai. Informasi sering kali beredar dalam beberapa versi dan mengalir secara tidak jelas. Dalam hal ini, proses kendali cenderung berada di tangan pelaku utama yaitu pengolah di sentra pengolahan ikan, meskipun pengolah tidak sepenuhnya memiliki kekuatan kendali yang besar. Pengolah dapat menentukan kriteria kualitas bahan baku yang mereka butuhkan dari pedagang pengumpul dan menentukan pedagang pengecer yang berhak menjual produk ikan asap hasil olahannya (Gambar 22). Permasalahan terjadi misalnya ketika pihak pengolah berkeinginan mencari pemasok bahan baku yang lebih murah dan terpercaya, namun hal ini sulit dilakukan karena adanya keterikatan dan hubungan yang telah

lama terjalin dengan pedagang pengumpul saat ini. Kemudahan pembayaran dan adanya rentang waktu pembayaran hutang yang diberikan oleh pedagang pengumpul, membuat pengolah yang berhutang merasa tidak nyaman dan memiliki hutang budi sehingga kerja sama dengan pedagang pengumpul yang saat ini memasok bahan baku akan terus berlanjut. Proses kendali inilah yang sangat menentukan pada mekanisme kendali di dalam rantai nilai ikan asap.

Jenis Tata Kelola

Jenis tata kelola di dalam rantai nilai ditentukan oleh tiga faktor penentu yaitu kompleksitas transaksi, kemampuan menerjemahkan persyaratan dalam transaksi, dan kemampuan pemasok. Gambar 23 menunjukkan bahwa jenis tata kelola dalam rantai nilai ikan asap adalah tata kelola *relational* yaitu jenis tata kelola yang membutuhkan kompleksitas transaksi yang tinggi, kemampuan menerjemahkan persyaratan dalam transaksi yang rendah, dan kemampuan pemasok yang tinggi.



Gambar 23 Jenis tata kelola *relational* ikan asap di Jawa Tengah

Selain itu, jenis tata kelola *relational* memiliki derajat koordinasi eksplisit dan kekuatan *asymmetry* yang sedang. Di dalam rantai nilai ikan asap memiliki transaksi yang bersifat kompleks, spesifikasi produk yang tidak mudah dikodifikasikan, dan kemampuan pemasok yang tinggi. Informasi dan persyaratan bahan baku cenderung kompleks dan tidak mudah dipelajari. Pemasok memiliki kompetensi tinggi. Dalam hal ini, meskipun bahan baku bersifat sederhana yaitu ikan segar dan ikan beku, namun spesifikasi jenis ikan tidak mudah didapatkan dari daerah sekitar yaitu berupa ikan manyung, ikan tongkol, dan ikan pari. Pengolah justru mendapatkan produk yang sesuai standar bahan baku dari luar wilayah Demak. Selanjutnya, pengolah harus memiliki keahlian khusus untuk dapat menghasilkan produk ikan asap yang berkualitas.

Setiap pelaku rantai nilai ikan asap juga saling bergantung satu sama lain. Kondisi ini terlihat pada saat nelayan tidak dapat melaut, maka pasokan bahan baku akan terganggu dan akan menurunkan jumlah pasokan ikan asap yang dapat dijual di pasar. Dalam rantai nilai ikan asap, informasi yang beredar cenderung bersifat terbatas antar pelaku dan tidak tersebar secara luas. Informasi cenderung beredar dengan banyak versi dan tersebar secara sebagian sehingga pelaku harus mengumpulkan informasi dari berbagai pihak untuk menghindari terjadinya

ketimpangan informasi (*asymmetric information*). Ketimpangan informasi dapat menghambat aktivitas pelaku dalam upaya penciptaan nilai tambah. Sebagai contoh, adanya ketidaksesuaian pesanan produk yang diberikan pengumpul kepada pengolah dengan informasi produk yang berbeda pada saat awal transaksi sehingga dapat menurunkan kualitas dalam aktivitas pengolahan produk ikan asap.

Sementara itu, meskipun terdapat penyedia bahan baku ikan asap yang jumlahnya cukup banyak, namun biaya untuk beralih dari pemasok bahan baku satu ke pemasok lainnya terbilang tinggi. Hubungan dengan pemasok yang telah terjalin cukup lama dan pemberian kelonggaran pembayaran yang biasa diberikan oleh pemasok, menyebabkan pengolah merasa segan untuk beralih ke pemasok lain. Meskipun dalam hubungan transaksi tidak selalu berjalan dengan baik, seperti masalah tertundanya pembayaran ke pemasok, namun hal itu tidak merusak hubungan dengan pemasok karena penyelesaian masalah biasa dilakukan dengan cara-cara kekeluargaan (Gambar 24).



Gambar 24 Pengolah bernegosiasi dengan pedagang pengumpul

Para pelaku rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah melakukan aktivitas nilai tambah berdasarkan kesepakatan yang bersifat informal yaitu perjanjian atas dasar kepercayaan. Kondisi ini sama dengan tata kelola rantai nilai perikanan di Filipina (Rosales *et al.* 2017) yaitu hubungan setiap pelaku bersifat informal, saling bergantung dan berdasarkan kepercayaan. Tata kelola informal memiliki kondisi yang lebih kompleks daripada tata kelola formal karena menimbulkan ketimpangan informasi (*asymmetric information*) terutama mengenai harga di beberapa pelaku rantai nilai (Mishra dan Dey 2018). Salah satu upaya dalam mengurangi ketimpangan informasi yaitu dengan melibatkan peran asosiasi sebagai wadah pertukaran informasi dan penghubung koordinasi setiap pelaku rantai nilai (Ndyetabula *et al.* 2014). Pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah, peran asosiasi dapat dilakukan oleh koperasi atau perkumpulan pelaku usaha di setiap mata rantai.

Setelah mengetahui jenis tata kelola yang terbentuk dalam sebuah rantai nilai, terdapat salah satu manfaat yang dapat digunakan oleh pemerintah dengan

menggunakan informasi mengenai jenis tata kelola tersebut yaitu memudahkan dalam proses penentuan kebijakan. Sebagai contoh, jika pemerintah ingin menentukan kebijakan pada sektor perikanan seperti pemberian modal kerja maka sebaiknya melakukan pendekatan secara hubungan atau *relational* terhadap setiap tingkatan pelaku yang terlibat. Hal ini disebabkan oleh para pelaku usaha di sektor perikanan cenderung bersifat berkelompok secara horisontal atau tergolong pada jenis tata kelola relasional. Pemerintah akan lebih tepat sasaran dalam memberikan modal kerja tersebut karena mendapatkan informasi dari kelompok mengenai siapa yang berhak untuk mendapatkan bantuan modal kerja. Berbeda halnya ketika pemerintah melakukan pendekatan secara *market* maka seluruh pelaku akan bersaing untuk mendapatkan bantuan modal kerja tersebut dan kebijakan menjadi kurang tepat sasaran.

Selain itu, berdasarkan jenis tata kelola relasional yang selama ini terbentuk di sepanjang rantai nilai ikan asap memiliki peluang untuk mengalami pengembangan. Walaupun dalam pelaksanaannya perlu adanya proses yang dilakukan secara bertahap. Pengembangan tersebut adalah terbentuknya jenis tata kelola yang mengarah pada *hierarchy* yaitu adanya aktivitas yang lebih terkoordinasi dengan baik dari hulu hingga hilir. Jenis tata kelola hierarki memberikan peluang yang baik dan hubungan saling menguntungkan bagi para pelaku yang terlibat terutama bagi para pengolah di sentra pengasapan ikan. Hal ini disebabkan oleh para pengolah di sentra pengasapan ikan yang dapat menjadi pelaku utama (*vocal actor*) dalam penciptaan produk ikan asap. Namun, dalam pelaksanaannya perlu melalui tahapan untuk mewujudkan kesepakatan yang bersifat formal atau perjanjian tertulis. Komunikasi lebih lanjut dan mendalam diantara setiap pelaku menjadi hal penting dalam mewujudkan kesepakatan tersebut karena hubungan kerjasama yang selama ini terbentuk sudah berlangsung lama atas dasar kepercayaan.

Analisis Peningkatan Rantai Nilai

Analisis pemetaan dan tata kelola yang telah diuraikan sebelumnya memberikan gambaran awal untuk menentukan peranan peningkatan rantai nilai. Ada tiga peningkatan rantai nilai yang dibahas dalam penelitian ini yaitu peningkatan produk, proses, dan fungsi. Analisis peningkatan meliputi pengidentifikasian peluang terjadinya peningkatan aktivitas setiap pelaku rantai nilai ikan asap yang dapat disusun dalam sebuah matriks (Tabel 10).

Peningkatan Produk

Pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah terdapat peluang terjadinya suatu peningkatan produk. Pelaku rantai nilai yang berpotensi untuk peningkatan produk adalah pengolah dan warung makan. Hal ini disebabkan oleh aktivitas yang dilakukan oleh pelaku tersebut berkaitan erat dengan penanganan produk ikan asap. Awalnya pengolah dan warung makan melakukan aktivitas pengolahan ikan asap secara tradisional seperti pengolah yang menjual hasil ikan asap tanpa pengemasan dan warung makan yang menyajikan masakan produk ikan asap pada umumnya. Produk ikan asap yang dihasilkan pengolah hanya disimpan dalam keranjang plastik untuk dijual ke pedagang pengecer atau konsumen akhir. Begitu

pula dengan warung makan yang secara umum menyediakan aneka masakan olahan ikan asap (mangut). Pada kondisi tersebut, pengolah dan warung makan sangat berpeluang melakukan aktivitas peningkatan produk agar memperoleh nilai tambah yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Tabel 10 Matriks peluang peningkatan setiap pelaku rantai nilai ikan asap

Pelaku Rantai	Jenis Peningkatan		
	Produk	Proses	Fungsi
NLY	-	Teknologi pendeteksi ikan	-
PBS	-	Administrasi bongkar muat	-
PPL	-	Administrasi bongkar muat	-
PLH	Kemasan <i>vacuum</i>	-	<i>Direct selling</i>
PPC	-	-	Penjualan <i>online</i>
WMK	Paket <i>catering box</i>	-	-
RST	-	Pelayanan khas Jawa	-

^aKeterangan: NLY: Nelayan; PBS: Pedagang Besar; PPL: Pedagang Pengumpul; PLH: Pengolah; PPC: Pedagang Pengecer; WMK: Warung Makan; RST: Restoran.

Sumber: Data primer diolah (2020)

Pertama, peningkatan produk yang dapat dilakukan oleh pengolah yaitu penyempurnaan pada kemasan produk ikan asap. Pengolah dapat menggunakan kemasan kedap udara (*vacuum*) yang dapat memberikan manfaat umur simpan produk yang lebih lama, memudahkan dalam proses penjualan, dan meningkatkan harga jual dari produk ikan asap tersebut. Walaupun biaya pengemasan kedap udara dianggap lebih tinggi tetapi hal ini dapat meningkatkan nilai tambah produk ikan asap. Hal ini sesuai dengan penelitian Arsiwi *et al.* (2018) yang menunjukkan bahwa kemasan kedap udara membuat harga produk ikan asap lebih tinggi dan mempermudah penjualan produk. Selain itu, perkembangan zaman yang serba digital akan memberikan dampak positif pada penggunaan kemasan kedap udara yaitu memudahkan aktivitas penjualan dilakukan secara *online* dan dikirim ke berbagai daerah. Hal ini sesuai dengan penelitian Swastawati *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa kemasan kedap udara membuat produk ikan asap lebih aman dan tahan lama.

Kedua, peningkatan produk juga dapat dilakukan oleh warung makan yaitu menggunakan kemasan kotak karton atau biasa disebut nasi kotak (*box*). Warung makan yang melakukan pengemasan kotak karton ini akan berpeluang meningkatkan penjualan karena pangsa pasarnya bertambah yaitu pegawai kantoran atau pihak penyelenggara kegiatan seminar dan pelatihan (*event organizer*) yang biasa memesan konsumsi paket nasi kotak (*box*) dalam jumlah besar. Selain itu, paket nasi kotak yang ditawarkan oleh warung makan juga bersifat khas yaitu mangut yang merupakan produk olahan lebih lanjut dari ikan asap.

Peningkatan Proses

Peluang terjadinya peningkatan proses (*process*) dapat dilakukan oleh beberapa pelaku di dalam rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah seperti nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, dan restoran. Umumnya, nelayan melakukan aktivitas penangkapan ikan dengan mengandalkan pengalaman melaut

seperti penentuan wilayah menangkap ikan berdasarkan rutinitas atau kebiasaan menangkap ikan di suatu bagian wilayah tertentu (teritorial). Pada kondisi ini, nelayan hanya akan memperoleh hasil tangkapan yang relatif sedikit. Kemudian pelaku pedagang besar dan pedagang pengumpul yang awalnya melakukan pencatatan secara manual menggunakan kertas atau buku, akan berdampak pada terjadinya kesalahan dan ketidaksesuaian dalam perhitungan. Hal ini sangat merugikan pedagang tersebut dalam proses transaksi. Begitu pula dengan restoran yang awalnya hanya menyajikan masakan produk olahan ikan asap dengan pelayanan dan kondisi restoran seadanya serta tidak memiliki perbedaan dengan restoran kecil pada umumnya. Pada kondisi tersebut, restoran hanya memperoleh konsumen yang relatif jumlahnya tidak bertambah dengan pangsa pasar relatif tetap.

Jika mengacu pada keadaan awal yang dilakukan oleh nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, dan restoran, keempat pelaku tersebut sangat berpeluang melakukan aktivitas peningkatan proses yang dapat memberikan nilai tambah lebih tinggi dari kondisi sebelumnya. Pertama, peningkatan proses yang dapat dilakukan oleh nelayan yaitu aktivitas menangkap ikan dengan menggunakan bantuan teknologi pendeteksi ikan. Hal ini bertujuan agar dalam proses penangkapan ikan dapat dilakukan dengan waktu yang lebih efisien dan terukur. Selain itu, teknologi pendeteksi ikan memungkinkan nelayan untuk dapat menangkap ikan lebih banyak. Teknologi menjadikan nelayan dapat beraktivitas dengan lebih efektif dan efisien.

Kedua, pada pelaku pedagang besar dan pedagang pengumpul dapat melakukan peningkatan proses dengan menggunakan sistem administrasi yang lebih modern yaitu pencatatan dengan bantuan telepon seluler atau komputer. Teknologi tersebut memberikan manfaat bagi pedagang besar dan pedagang pengumpul untuk dapat mengunduh aplikasi sistem pencatatan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing. Dengan demikian, sistem pencatatan akan lebih mudah dan mengurangi terjadinya kesalahan.

Ketiga, restoran berpeluang melakukan peningkatan proses dengan memberikan pelayanan yang prima (*service excellent*) kepada konsumen seperti karyawan restoran yang ramah dan suasana restoran yang nyaman bernuansa alam dengan iringan musik khas Jawa. Hal tersebut akan memberikan dampak pada peningkatan jumlah konsumen yang berkunjung karena kondisi restoran saat ini telah menjadi tempat wisata kuliner bagi konsumen yang berasal dari berbagai daerah.

Peningkatan Fungsi

Aktivitas peningkatan selanjutnya yang dapat dilakukan pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah adalah peningkatan fungsi (*functional*). Peluang peningkatan fungsi dapat dilakukan oleh pelaku rantai nilai pengolah dan pedagang pengecer. Hal ini disebabkan adanya kemampuan dan alokasi waktu yang berlebih dalam melakukan aktivitas tambahan. Awalnya, beberapa pengolah ikan asap hanya melakukan aktivitas mengolah ikan segar menjadi ikan asap. Kemudian produk ikan asap tersebut dibeli oleh pedagang pengecer dengan harga yang relatif murah karena pedagang pengecer membeli dalam jumlah besar. Kemudian mayoritas pedagang pengecer menjual kembali produk ikan asap tersebut ke pasar tradisional tanpa adanya aktivitas nilai tambah yang tinggi

kecuali hanya proses pendistribusian. Pada kondisi tersebut, kedua pelaku memiliki peluang dalam peningkatan fungsi yang kemudian dapat menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Pertama, peningkatan fungsi yang telah dilakukan beberapa pengolah dan menjadi peluang peningkatan fungsi bagi pengolah lainnya yaitu melakukan aktivitas penjualan langsung (*direct selling*) ke restoran. Aktivitas pengolah dalam menjual langsung ke restoran hanya dilakukan pada produk ikan asap berbahan baku manyung. Hal tersebut disebabkan oleh permintaan restoran yang mayoritas hanya menggunakan ikan asap berbahan baku manyung karena memiliki cita rasa yang khas dibandingkan dengan bahan baku tongkol dan pari. Tabel 11 menunjukkan pengolah mendapatkan margin pemasaran sebesar Rp12 583 per kg ketika hanya melakukan aktivitas mengolah menjadi ikan asap dan menjual produk ke pedagang pengecer, sementara ketika pengolah melakukan pengembangan aktivitas berupa penjualan langsung ke restoran, maka margin pemasaran yang diterima pengolah menjadi lebih tinggi yaitu sebesar Rp18 000 per kg. Selain itu, dalam proses penjualan secara langsung ke restoran relatif membutuhkan tambahan biaya pendistribusian dan proses pencarian restoran yang dapat bermitra. Meskipun demikian, hal tersebut masih tetap sebanding dengan perolehan margin yang lebih besar ketika menjual langsung ke restoran tanpa melalui perantara.

Tabel 11 Margin pemasaran ikan asap bahan baku manyung di Jawa Tengah

Saluran	Uraian	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin Pemasaran (Rp/kg)
1	Nelayan	0	5 600	5 600
	Pedagang Besar	5 600	20 500	14 900
	Pedagang Pengumpul	20 500	22 000	1 500
	Pengolah	22 000	40 000	18 000
	Restoran	40 000	100 000	60 000
2	Nelayan	0	5 600	5 600
	Pedagang Besar	5 600	20 500	14 900
	Pedagang Pengumpul	20 500	22 000	1 500
	Pengolah	22 000	34 583	12 583
	Pedagang Pengecer	34 583	46 050	11 467
3	Nelayan	0	5 600	5 600
	Pedagang Besar	5 600	20 500	14 900
	Pedagang Pengumpul	20 500	22 000	1 500
	Pengolah	22 000	34 583	12 583
	Pedagang Pengecer	34 583	46 050	11 467
	Warung Makan	46 050	71 000	24 950

Keterangan: ikan asap berbahan baku manyung memiliki rasa yang lebih khas

Kedua, peningkatan fungsi yang dapat dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu aktivitas penjualan secara *online*. Pada saat penjualan dilakukan secara *online* maka pedagang pengecer akan memiliki aktivitas penjualan yang lebih modern yaitu dengan menggunakan teknologi. Penjualan secara *online* dapat meminimumkan biaya bagi pengecer karena memberikan kemudahan dalam transaksi jual beli dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya

sekedar pasar tradisional. Dengan demikian, peningkatan fungsi yang dilakukan oleh pedagang pengecer akan memberikan peningkatan pula pada perolehan jumlah konsumen produk ikan asap yang lebih banyak dan secara bertahap akan berdampak pada meningkatnya pendapatan.

Secara keseluruhan, peluang peningkatan yang telah dijelaskan sebelumnya membutuhkan dukungan dan peranan dari setiap pelaku rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah. Aktivitas peningkatan yang dilakukan oleh pelaku pada rantai nilai ikan asap perlu memperhatikan faktor biaya yang paling minimum dan aktivitas diferensiasi. Hal tersebut bertujuan agar peluang peningkatan dapat diwujudkan oleh setiap pelaku rantai nilai berdasarkan sudut pandang masing-masing pelaku. Pada kondisi ini, terdapat upaya peningkatan yang melibatkan beberapa pelaku rantai nilai ikan asap seperti peluang terbentuknya kerjasama para pelaku dalam melakukan aktivitas yang memberikan manfaat bagi beberapa pelaku yang terlibat.

Upaya peningkatan rantai nilai tersebut berkaitan erat dengan peran koperasi sentra pengasapan ikan KUB Asap Indah yaitu peluang koperasi untuk membangun warung makan di sekitar area sentra pengasapan ikan. Tujuan dibangunnya warung makan adalah agar pengolah dapat langsung menjual kepada konsumen akhir tanpa melalui pedagang perantara. Hal ini dapat melibatkan pengolah dan warung makan dalam mewujudkan perjanjian kerjasama yang memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

Selain itu, koperasi sentra pengasapan ikan juga berpeluang untuk mengembangkan tempat penyimpanan ikan beku (*cold storage*). Dengan demikian, para pengolah dapat langsung memperoleh bahan baku langsung dari nelayan dengan harga yang relatif lebih murah. Adanya *cold storage* merupakan upaya untuk menjaga pasokan ikan asap terutama ketika pasokan berkurang karena nelayan tidak melaut. Hal ini juga sama dengan kondisi sebelumnya yaitu adanya peluang keterlibatan antara pengolah, nelayan, dan pedagang besar untuk bekerjasama dalam pengadaan *cold storage* sehingga memberikan manfaat bagi ketiga pelaku tersebut. Meskipun demikian, dalam proses perencanaan pengadaan *cold storage* dibutuhkan analisis yang mendalam terutama mengenai penggunaan biaya produksi dan biaya operasional lainnya sehingga dapat mengurangi risiko kerugian ketika aktivitas sudah berjalan.

Peningkatan rantai nilai yang akan dilakukan pengolah ikan asap di Demak sama dengan peningkatan pada rantai nilai perikanan di Zambia (Kaminski *et al.* 2018) yaitu memperkuat koordinasi horisontal dan vertikal melalui penyediaan pasokan dan akses ke konsumen. Dalam hal ini, koordinasi dapat dilakukan oleh wadah koperasi sentra pengasapan ikan KUB Asap Indah. Terkait dengan peningkatan fungsi rantai nilai, nelayan dalam hal ini hanya melakukan kegiatan penangkapan ikan dan menjualnya ke pedagang. Padahal, nelayan juga dapat melakukan peningkatan fungsi rantai nilai dengan melakukan aktivitas yang dapat menambah nilai (*value added activities*) seperti membersihkan, menilai, memisahkan, mencuci, menimbang, mendinginkan, dan mengemas ikan (Kotni 2016).

Margin Pemasaran

Analisis peningkatan pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan margin pemasaran. Hal tersebut sangat berkaitan dengan adanya aktivitas nilai tambah setiap pelaku yang ditunjukkan oleh besarnya biaya yang dikeluarkan sebagai kontribusi fungsi yang dilakukan. Penggunaan margin pemasaran pada penelitian ini juga disebabkan oleh perspektif peneliti untuk memudahkan proses analisis dibandingkan menggunakan variabel keuntungan. Penggunaan variabel keuntungan sangat berkaitan erat dengan analisis biaya dan penjualan sedangkan pada penelitian ini faktor biaya dan penjualan tidak diperoleh dengan akurat, mengingat setiap pelaku rantai nilai ikan asap hanya menyampaikan informasi secara sebagian.

Pada rantai nilai produk ikan asap di sentra pengelolaan ikan Demak terjadi proses nilai tambah yang dilakukan setiap pelaku rantai. Nilai tambah yang diciptakan adalah hasil dari aktivitas utama masing-masing pelaku rantai nilai. Semakin besar kontribusi dari aktivitas setiap pelaku akan berdampak pada semakin besarnya perolehan nilai tambah yang juga akan menambah perolehan margin keuntungan. Pengukuran nilai tambah pada rantai nilai produk ikan asap di Demak hanya mencakup margin pemasaran dan *farmer share*. Hal ini dikarenakan proses nilai tambah yang dilakukan pelaku rantai nilai tidak banyak mengubah produk menjadi bentuk yang berbeda.

Rangkaian aktivitas rantai nilai diawali dari hulu yaitu nelayan yang memulai aktivitasnya dengan menangkap ikan untuk dijual. Aktivitas yang dikerjakan oleh nelayan sekilas terlihat mudah untuk dilakukan namun selama melaut nelayan tidak hanya menangkap ikan, melainkan juga melakukan proses nilai tambah. Selama 18-25 hari di laut, nelayan tidak hanya menangkap ikan melainkan juga melakukan sortir pemilihan ikan. Hal ini dikarenakan tidak semua jenis ikan yang diperoleh dapat menjadi bahan baku ikan asap. Ikan yang dipilih sebagai bahan baku ikan asap umumnya adalah ikan manyung, ikan tongkol, dan ikan pari. Selama berlayar, nelayan juga harus melakukan proses penyimpanan ikan yang baik dan memastikan ikan yang ditangkap dalam kondisi dan kualitas yang baik sampai dengan nelayan kembali pulang melaut. Proses penyimpanan dilakukan oleh nelayan dengan menggunakan bahan baku es batu yang terletak di dalam badan kapal.

Kemudian aktivitas utama dari pedagang pengumpul adalah melakukan distribusi ikan segar dan ikan beku dari nelayan dan pedagang besar ke pengolah. Meskipun aktivitas utamanya hanya melakukan distribusi, namun pedagang pengumpul dapat memperoleh margin keuntungan yang besar. Hal ini disebabkan kuantitas produk ikan yang didistribusikan sangat besar hingga puluhan ton setiap harinya. Meskipun margin keuntungan per produk kecil, tetapi margin total yang diterima pedagang pengumpul menjadi besar karena jumlah kuantitas yang dijual berjumlah besar. Pedagang pengumpul harus memiliki akses ke pedagang besar dan nelayan untuk memperoleh ikan dan untuk menunjang aktivitasnya, pedagang pengumpul harus memiliki kapasitas kepemilikan modal yang sangat besar. Kepemilikan modal yang besar inilah yang menjadi hal penting sehingga pedagang pengumpul mampu bertahan dan bersaing dengan pedagang pengumpul lainnya.

Pengolah ikan melakukan aktivitas utama yang paling penting dalam rantai nilai karena produk yang dihasilkan merupakan produk utama dalam rantai yaitu mengolah ikan segar dan ikan beku menjadi ikan asap. Pengolah memiliki faktor produksi yang banyak meliputi bahan baku, bahan pendukung, tenaga kerja, peralatan dan tempat mengolah. Pada saat menjalankan aktivitasnya, pengolah harus memiliki keahlian untuk mengolah ikan asap yang baik sehingga kualitas produk yang dihasilkan terjamin dan bertahan hingga ke tangan konsumen (Gambar 25). Pengolah juga harus memastikan kebersihan proses dan lingkungan tempat mengasap untuk menjaga mutu dari produk yang dihasilkan. Pengolah mendapatkan margin keuntungan yang relatif besar karena produk yang dijual memiliki harga tinggi dan skala penjualan dalam jumlah besar. Keuntungan ini diperoleh karena produk yang dihasilkan telah dikenal masyarakat yaitu memiliki cita rasa ikan asap yang khas dari Demak dan dikenal tidak menggunakan bahan pengawet berbahaya.



Gambar 25 Aktivitas pengasapan ikan

Pedagang pengecer melakukan aktivitas utamanya dengan menjual produk ikan asap. Agar pedagang pengecer memperoleh margin keuntungan yang besar, maka pedagang pengecer harus membeli langsung ke tempat pengolah untuk menekan harga pokok pembelian ikan asap setengah jadi. Kuantitas ikan asap yang dijual oleh satu pedagang pengecer tidak sebanyak yang dijual satu pedagang pengumpul, namun demikian sifat penjualan yang rutin menyebabkan keuntungan yang diterima menjadi relatif tinggi. Keuntungan yang diterima dihasilkan hanya dengan mengambil produk ikan asap setengah jadi dari pengolah kemudian menjual kembali di pasar. Biaya yang dikeluarkan relatif hanya berupa biaya transportasi. Pedagang pengecer tidak harus memiliki modal yang besar karena pembayaran ikan asap ke pengolah dapat dilakukan setelah ikan asap terjual. Adapun ikan asap yang tidak terjual akan menjadi risiko bagi pedagang pengecer. Namun, risiko ini relatif kecil dan dapat teratasi dengan margin keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer.

Pemilik warung makan atau restoran melakukan nilai tambah terakhir di dalam rantai nilai ikan asap yaitu dengan melakukan aktivitas mengolah produk ikan asap setengah jadi menjadi produk hidangan masakan mangut (Gambar 26). Warung makan dan restoran harus mampu mengolah ikan asap agar cita rasa yang dihasilkan sesuai dengan selera dan keinginan konsumen. Margin keuntungan yang diperoleh restoran relatif besar karena restoran telah memiliki keahlian khusus untuk mengolah ikan asap setengah jadi sehingga memiliki ciri khas rasa sebagai masakan khas daerah Jawa Tengah. Selain itu, kenyamanan saat

menikmati hidangan dan pelayanan yang diberikan ke konsumen menjadi salah satu nilai tambah restoran. Meskipun harga makanan yang dijual lebih mahal dibandingkan dengan warung makan, restoran tetap memiliki pangsa pasarnya tersendiri. Sementara itu, margin keuntungan warung makan tidak sebesar restoran karena perbedaan teknik pengolahan dan pelayanan.



Gambar 26 Olahan ikan asap mangut di restoran

Margin Pemasaran Produk Ikan Asap Berbahan Baku Ikan Manyung

Saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan manyung terdiri dari tiga saluran dimana pada saluran 1 terdiri atas nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, pengolah dan restoran. Saluran 2 terdiri atas nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, pengolah, dan pedagang pengecer. Sedangkan saluran 3 terdiri atas nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, pengolah, pedagang pengecer, dan warung makan.

Tabel 12 Margin pemasaran produk ikan asap bahan baku manyung

Uraian	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin Pemasaran (Rp/kg)	Biaya Operasional (Rp/kg)	Margin Keuntungan (Rp/kg)
Saluran 1:					
^a NLY	0	5 600	5 600	4 694	906
PBS	5 600	20 500	14 900	5 000	9 900
PPL	20 500	22 000	1 500	550	950
PLH	22 000	40 000	18 000	3 400	14 600
RST	40 000	100 000	60 000	14 400	45 600
Saluran 2:					
^a NLY	0	5 600	5 600	4 694	906
PBS	5 600	20 500	14 900	5 000	9 900
PPL	20 500	22 000	1 500	550	950
PLH	22 000	34 583	12 583	3 400	9 183
PCR	34 583	46 050	11 467	5 371	6 096
Saluran 3:					
^a NLY	0	5 600	5 600	4 694	906
PBS	5 600	20 500	14 900	5 000	9 900
PPL	20 500	22 000	1 500	500	950
PLH	22 000	34 583	12 583	3 400	9 183
PCR	34 583	46 050	11 467	5 371	6 096
WMK	46 050	71 000	24 950	9 900	15 050

^aKeterangan: NLY: nelayan; PBS: pedagang besar; PPL: pedagang pengumpul; PLH: pengolah; PCR: pedagang pengecer; WMK: warung makan; RST: restoran

Sumber: Data primer diolah (2020)

Pada Tabel 12 menunjukkan bahwa diantara ketiga saluran tersebut, margin pemasaran terbesar diterima oleh restoran yaitu sebesar Rp60 000 per kilogram. Sementara itu pedagang besar, pengolah, dan warung makan juga mendapat margin pemasaran yang relatif besar yaitu sebesar Rp14 900 untuk pedagang besar, Rp24 950 untuk warung makan, dan margin pemasaran pengolah berkisar antara Rp12 583 – Rp18 000. Hal ini disebabkan oleh adanya aktivitas penjualan yang berbeda antara pengolah ke pedagang pengecer dengan pengolah ke restoran. Besarnya margin pemasaran tersebut dapat terjadi karena aktivitas yang dilakukan pedagang besar, pengolah, warung makan, dan restoran menghasilkan nilai tambah yang besar yaitu mengolah atau mengubah produk. Margin pemasaran yang diterima nelayan, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer cenderung lebih rendah bila dibandingkan pelaku lainnya. Hal ini disebabkan aktivitas yang dilakukan nelayan hanya berupa penangkapan ikan dan aktivitas pedagang pengumpul dan pedagang pengecer hanya berupa proses pendistribusian.

Margin Pemasaran Produk Ikan Asap Berbahan Baku Ikan Tongkol

Pada saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan tongkol, harga jual ikan di nelayan cenderung lebih tinggi. Margin pemasaran yang diterima nelayan sebesar Rp14 400 lebih besar dari pada margin pemasaran nelayan untuk produk ikan asap dengan bahan baku ikan manyung. Besarnya margin pemasaran nelayan ikan tongkol sangat dipengaruhi oleh harga pasar. Jika suatu jenis ikan permintaan pasarnya tinggi maka dapat menyebabkan tingginya harga di pasaran. Sementara itu, nilai jual dari produk ikan asap berbahan baku ikan tongkol relatif lebih rendah di pasar. Hal ini dikarenakan rasa yang dihasilkan oleh ikan asap berbahan baku tongkol cenderung kurang memiliki rasa yang khas bila dibandingkan dengan ikan asap berbahan baku ikan manyung.

Tabel 13 Margin pemasaran produk ikan asap bahan baku tongkol

Uraian	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin Pemasaran (Rp/kg)	Biaya Operasional (Rp/kg)	Margin Keuntungan (Rp/kg)
Saluran 2:					
^a NLY	0	14 400	14 400	4 694	9 706
PBS	14 400	15 000	600	450	150
PPL	15 000	17 000	2 000	1 743	257
PLH	17 000	24 000	7 000	3 125	3 875
PCR	24 000	32 000	8 000	6 233	1 767
Saluran 3:					
^a NLY	0	14 400	14 400	4 694	9 706
PBS	14 400	15 000	600	450	150
PPL	15 000	17 000	2 000	1 743	257
PLH	17 000	24 000	7 000	3 125	3 875
PCR	24 000	32 000	8 000	6 233	1 767
WMK	32 000	36 000	4 000	2 500	1 500

^aKeterangan: NLY: nelayan; PBS: pedagang besar; PPL: pedagang pengumpul; PLH: pengolah; PCR: pedagang pengecer; WMK: warung makan.

Sumber: Data primer diolah (2020)

Saluran pemasaran ikan asap berbahan baku ikan tongkol terdiri dari saluran 2 dan 3. Perbedaan kedua saluran tersebut terlihat dari pelaku terakhir yaitu pada

saluran 2, pedagang pengecer yang merupakan pelaku terakhir memperoleh margin pemasaran sebesar Rp8 000 per kilogram. Sedangkan pada saluran 3, pelaku terakhir adalah warung makan yang memperoleh margin pemasaran sebesar Rp4 000 per kilogram. Berbeda dengan margin pemasaran pedagang besar yang cenderung kecil yaitu Rp600 per kilogram (Tabel 13). Hal ini disebabkan oleh proses penyimpanan ikan tongkol di pedagang besar tidak membutuhkan bagian (*space*) yang besar, sebagai contoh untuk kapasitas penyimpanan (*cold storage*) sebesar 200 ton akan jauh lebih banyak menyimpan ikan tongkol dibandingkn ikan manyung. Perbandingannya adalah 1 ekor manyung seberat 3 kilogram sebanding dengan 12 ekor ikan tongkol.

Margin Pemasaran Produk Ikan Asap Berbahan Baku Ikan Pari

Pada Tabel 14 menunjukkan bahwa saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan pari terdiri dari dua saluran yaitu saluran 4 dan 5. Pada kedua saluran ini nilai jual ikan di nelayan lebih rendah bila dibandingkan dengan harga ikan tongkol, namun masih lebih tinggi bila dibandingkan ikan manyung.

Nelayan menerima margin pemasaran ikan pari sebesar Rp9 850 per kilogram. Margin pemasaran yang dihasilkan tidak terlalu berfluktuatif antar pelaku di dalam rantai nilai. Pelaku terakhir pada saluran 4 yaitu pedagang pengecer yang memperoleh margin pemasaran sebesar Rp4 600 per kilogram dan pada saluran 5, warung makan sebagai pelaku terakhir memperoleh margin pemasaran sebesar Rp8 400 per kilogram. Adanya kecenderungan yang sama seperti ikan tongkol, ikan asap berbahan baku ikan pari kurang memiliki rasa yang khas bila dibandingkan dengan ikan asap berbahan baku ikan manyung. Terlebih lagi jika pengolah kurang ahli dalam mengolah ikan pari, maka kualitas ikan asap menjadi buruk seperti munculnya aroma tidak sedap atau menyengat (pesing) saat dikonsumsi.

Tabel 14 Margin pemasaran produk ikan asap bahan baku pari

Uraian	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)	Margin Pemasaran (Rp/kg)	Biaya Operasional (Rp/kg)	Margin Keuntungan (Rp/kg)
Saluran 4:					
^a NLY	0	9 850	9 850	4 694	5 156
PPL	9 850	17 000	7 150	1 394	5 756
PLH	17 000	23 000	6 000	3 125	2 875
PCR	23 000	27 600	4 600	3 740	860
Saluran 5:					
^a NLY	0	9 850	9 850	4 694	5 156
PPL	9 850	17 000	7 150	1 394	5 756
PLH	17 000	23 000	6 000	3 125	2 875
PCR	23 000	27 600	4 600	3 740	860
WMK	27 600	36 000	8 400	3 300	5 100

^aKeterangan: NLY: nelayan; PPL: pedagang pengumpul; PLH: pengolah; PCR: pedagang pengecer; WMK: warung makan.

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan pemaparan di atas, margin keuntungan yang diperoleh setiap pelaku dapat ditentukan oleh kontribusi aktivitas utama untuk melakukan nilai

tambah. Besar kecilnya aktivitas nilai tambah dapat menentukan besar kecilnya perolehan margin keuntungan. Panjangnya saluran pemasaran dan besarnya margin pemasaran belum tentu memengaruhi efisiensi pemasaran melainkan bergantung pada aktivitas setiap pelaku dalam melakukan nilai tambah yang akhirnya konsumen bersedia membayar lebih mahal apabila mendapatkan manfaat atau kepuasan yang lebih tinggi (Asmarantaka 2014).

Farmer share

Farmer share dapat diartikan sebagai penerimaan petani yang dihitung dari perbandingan antara harga di tingkat hulu dan konsumen akhir. Perlu ketelitian dalam menginterpretasikan *farmer share* dan margin pemasaran. Tingginya margin pemasaran atau rendahnya *farmer share* tidak selalu menunjukkan besaran harga di tingkat petani, penerimaan petani, efisiensi pemasaran, atau nilai dari pangan di tingkat konsumen. Hal ini semata-mata tergantung dari proses pengolahan dan bentuk produknya. Pada rantai nilai ikan asap, terlihat bahwa saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan manyung memperoleh *farmer share* terkecil bila dibandingkan saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan tongkol dan ikan pari.

Pada Tabel 15 menunjukkan bahwa saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan manyung, saluran pemasaran 1 memperoleh *farmer share* terkecil yaitu sebesar 5.6%, sementara saluran pemasaran 3 produk ikan asap berbahan baku ikan manyung memperoleh *farmer share* sebesar 7.9% dan saluran pemasaran 2 produk ikan asap berbahan baku ikan manyung memperoleh *farmer share* sebesar 12.2%.

Tabel 15 Perhitungan *farmer share* (FS) produk ikan asap

Uraian ^a	Jenis Ikan						
	Manyung			Tongkol		Pari	
Saluran	1	2	3	2	3	4	5
Pf (Rp/kg)	5 600	5 600	5 600	14 400	14 400	9 850	9 850
Pr (Rp/kg)	100 000	46 050	71 000	32 000	36 000	27 600	36 000
FS (%)	5.6	12.2	7.9	45.0	40.0	35.7	27.4

^aKeterangan: Pf: harga jual ikan segar di tingkat produsen; Pr: harga jual ikan asap ditingkat konsumen akhir; FS: *farmer share*.

Sumber: Data primer diolah (2020)

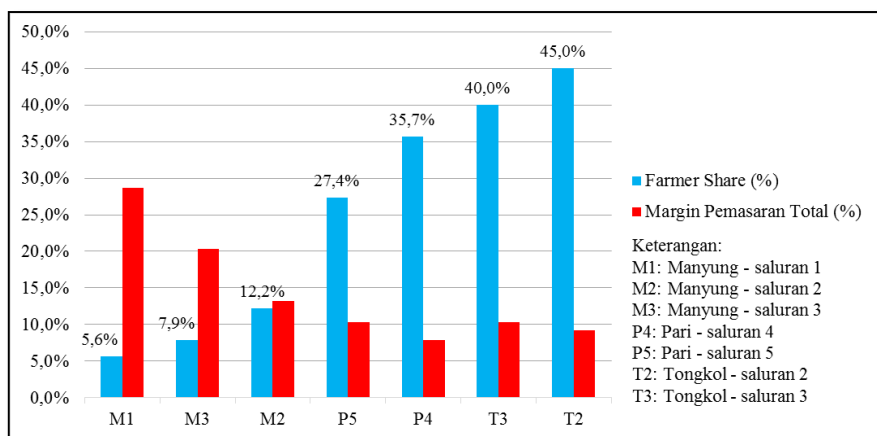
Bila dikaitkan dengan perolehan margin pemasaran, saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan manyung menerima margin pemasaran tertinggi bila dibandingkan dengan saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan tongkol dan ikan pari. Saluran pemasaran 1 produk ikan asap berbahan baku ikan manyung memperoleh *farmer share* terendah, sementara perolehan margin pemasarannya tertinggi. Hal ini dikarenakan pelaku yang ada di dalam rantai nilai melakukan kontribusi yang besar terhadap nilai tambah ikan asap berbahan baku ikan manyung sehingga harga jual ikan asap menjadi tinggi.

Saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan pari memperoleh *farmer share* yang lebih tinggi bila dibandingkan saluran pemasaran produk ikan

asap berbahan baku ikan manyung. Pada produk ikan asap berbahan baku ikan pari terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran 4 dan 5. Saluran pemasaran 5 produk ikan asap berbahan baku ikan pari memperoleh *farmer share* sebesar 27.4%, sedangkan saluran pemasaran 4 produk ikan asap berbahan baku ikan pari memperoleh *farmer share* sebesar 35.7%. Sementara itu, margin pemasaran yang dihasilkan oleh saluran pemasaran 5 lebih tinggi jika dibandingkan dengan saluran pemasaran 4, namun besarnya tidak setinggi margin pemasaran pada saluran pemasaran produk ikan asap ber bahan baku ikan manyung

Pada saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan tongkol, *farmer share* yang dihasilkan paling tinggi jika dibandingkan *farmer share* pada saluran pemasaran produk ikan asap ber bahan baku ikan manyung dan ikan pari. Saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan tongkol terdiri atas saluran 2 dan 3. Saluran pemasaran 3 produk ikan asap ber bahan baku ikan tongkol memperoleh *farmer share* sebesar 40%, sementara saluran pemasaran 2 produk ikan asap ber bahan baku ikan tongkol memperoleh *farmer share* tertinggi yaitu sebesar 45%. Dalam hal ini, saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan tongkol memperoleh margin pemasaran terkecil bila dibandingkan saluran pemasaran produk ikan asap berbahan baku ikan manyung dan ikan pari.

Gambar 27 menunjukkan pada rantai nilai ikan asap, terlihat bahwa saluran pemasaran yang memperoleh *farmer share* yang lebih tinggi menerima margin pemasaran yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pada kondisi tersebut penerimaan petani cenderung besar karena setiap pelaku di dalam saluran pemasaran memperoleh proporsi margin pemasaran yang merata. Sementara, pada saluran pemasaran dengan *farmer share* yang lebih rendah, menerima margin pemasaran yang lebih tinggi. Kondisi ini menunjukkan penerimaan petani yang cenderung kecil karena terdapat beberapa pelaku yang menikmati proporsi margin pemasaran yang relatif lebih besar dari pelaku lain di dalam rantai nilai sehingga margin pemasaran tidak dinikmati secara merata oleh setiap pelaku rantai nilai.



Gambar 27 Grafik perbandingan antara *farmer share* dan margin pemasaran

Dalam hal ini, besarnya kontribusi nilai tambah yang dilakukan oleh setiap pelaku berbeda-beda sesuai dengan kapasitas kemampuan yang dimiliki setiap pelaku. Namun demikian, analisis tentang margin pemasaran yang tinggi, *farmer share* yang rendah, dan panjangnya rantai pemasaran yang ada secara keseluruhan tidak selalu mencerminkan bahwa sistem pemasaran tersebut tidak efisien.

Penilaian efisiensi saluran pemasaran perlu didukung dengan analisis rasio keuntungan dan biaya. Pada keseluruhan sistem, meskipun rantai pemasaran panjang, namun jika dapat meningkatkan kepuasan konsumen atau konsumen merasa puas, maka sistem pemasaran tersebut telah dapat dikatakan efisien. Dengan demikian dapat dikatakan kajian efisiensi pemasaran bersifat relatif.

Analisis Model Rantai Nilai

Model Pengukuran

Evaluasi model rantai nilai ikan asap dilakukan dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Tujuan dari analisis ini adalah untuk memprediksi variabel laten endogen yang digunakan dapat menilai aspek-aspek kinerja yang terdapat pada model rantai nilai. Analisis PLS meliputi analisis terhadap model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Tujuan dilakukannya evaluasi model pengukuran dan struktural adalah untuk mengukur validitas dan reliabilitas model serta menilai sejauh mana variabel indikator dapat mengukur variabel laten pada model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah. Dalam hal ini, variabel eksogen yang merupakan aspek kinerja rantai nilai mencakup aktivitas utama, aktivitas pendukung, dan lingkungan-*context*. Kemudian variabel endogen pada model ini yaitu margin produk yang merupakan pendekatan dalam mengukur kinerja dari suatu rantai nilai.

Pengujian terhadap indikator model rantai nilai berkaitan dengan seluruh pelaku yang terlibat di sepanjang rantai nilai ikan asap, sehingga jawaban yang dikumpulkan dari responden dapat beragam karena adanya perbedaan sudut pandang dalam menilai setiap indikator. Sebelum melakukan uji hubungan relasional dan kausal sebuah model, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *loading factor*. Berdasarkan pengujian awal, masih ditemukan beberapa indikator dengan nilai *loading factor* di bawah 0.40. Implikasinya, indikator yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0.40 dikeluarkan dari model. Setelah dilakukan penghapusan pada indikator yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0.40 dan mempertahankan indikator yang memiliki nilai *loading factor* di atas 0.40, maka diperoleh hasil indikator sebagai berikut:

1. Variabel laten margin produk (MP) yang digunakan terdiri atas variabel indikator harga (MP1) dan biaya ((MP2), sementara variabel indikator pendapatan (MP3) dan keuntungan (MP4) dikeluarkan dari model.
2. Variabel laten aktivitas utama (AU) yang digunakan terdiri atas variabel indikator logistik (AU2) dan pemasaran dan penjualan (AU3), sementara variabel indikator operasi (AU1) dikeluarkan dari model.
3. Variabel laten aktivitas pendukung (AP) yang digunakan terdiri atas variabel indikator manajemen sumber daya manusia (AP2), sementara variabel indikator infrastruktur rantai (AP1), pengembangan teknologi (AP3), dan manajemen hubungan (AP4) dikeluarkan dari model.
4. Variabel laten lingkungan-*context* (LC) yang digunakan terdiri atas variabel indikator kebijakan pemerintah (LC1) dan peraturan (regulasi) (LC2),

sementara variabel indikator infrastruktur pasar (LC3) dikeluarkan dari model.

Tabel 16 Hasil perhitungan *loading factor*

Indikator	Sub Indikator	AU	AP	LC	MP	SE	P value
AU2	i6X1	(0.795)				0.103	<0.001
AU2	i7X1	(0.840)				0.101	<0.001
AU3	i17X1	(0.539)				0.113	<0.001
AP2	i24X2		(0.833)			0.101	<0.001
AP2	i25X2		(0.785)			0.103	<0.001
AP2	i28X2		(0.706)			0.106	<0.001
LC1	i43X3			(0.955)		0.097	<0.001
LC1	i44X3			(0.961)		0.097	<0.001
LC2	i47X3			(0.481)		0.116	<0.001
MP1	i3Y				(0.823)	0.102	<0.001
MP2	i5Y				(0.577)	0.106	<0.001
MP4	i10Y				(0.708)	0.112	<0.001

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan indikator di atas, pada Tabel 16 menunjukkan hasil perhitungan nilai *loading factor* masing-masing variabel pada setiap indikator yang digunakan dalam model. Variabel-variabel yang digunakan dalam model dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Kontribusi variabel laten aktivitas utama (AU) terhadap indikator proses distribusi menggunakan alat transportasi (i6X1) sebesar 0.795.
2. Kontribusi variabel laten aktivitas utama (AU) terhadap indikator kelancaran pengiriman produk (i7X1) sebesar 0.840.
3. Kontribusi variabel laten aktivitas utama (AU) terhadap indikator adanya perantara transaksi jual beli (i17X1) sebesar 0.539.
4. Kontribusi variabel laten aktivitas pendukung (AP) terhadap indikator pembagian tugas atau kerja untuk aktivitas usaha (i24X2) sebesar 0.833.
5. Kontribusi variabel laten aktivitas pendukung (AP) terhadap indikator pemberian upah sesuai kontribusi kerja individu (i25X2) sebesar 0.785.
6. Kontribusi variabel laten aktivitas pendukung (AP) terhadap indikator semangat dan motivasi kerja (i28X2) sebesar 0.706.
7. Kontribusi variabel laten lingkungan-*context* (LC) terhadap indikator kemudahan akses kredit konsumsi (i43X3) sebesar 0.955.
8. Kontribusi variabel laten lingkungan-*context* (LC) terhadap indikator kemudahan akses kredit usaha (i44X3) sebesar 0.961.
9. Kontribusi variabel laten lingkungan-*context* (LC) terhadap indikator sanksi terhadap pelanggaran peraturan (i47X3) sebesar 0.481.
10. Kontribusi variabel laten margin produk (MP) terhadap indikator harga ditentukan berdasarkan kesepakatan formal atau informal (i3Y) sebesar 0.823.
11. Kontribusi variabel laten margin produk (MP) terhadap indikator biaya promosi yang optimal meningkatkan penjualan (i5Y) sebesar 0.577.

12. Kontribusi variabel laten margin produk (MP) terhadap indikator adanya inovasi dari aktivitas usaha (i10Y) sebesar 0.708.

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas, maka 12 variabel sub indikator tersebut merupakan variabel terpilih yang mampu menjelaskan variabel laten secara tepat (*valid*) pada model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah. Setelah dilakukan uji validitas, tahap selanjutnya adalah uji reliabilitas.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan mengidentifikasi nilai AVE seluruh variabel laten. Pada model rantai nilai ikan asap, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai di atas batas minimal 0.50 (Tabel 17). Dengan demikian, dapat dikatakan model rantai nilai ikan asap telah memenuhi persyaratan minimal. Nilai AVE dari variabel laten AU sebesar 0.543, AP sebesar 0.603, LC sebesar 0.689, dan MP sebesar 0.504. Hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa variabel laten AU mampu menjelaskan 54.3% keragaman dari indikator-indikatornya, variabel laten AP mampu menjelaskan 60.3% keragaman dari indikator-indikatornya, variabel laten LC mampu menjelaskan 68.9% keragaman dari indikator-indikatornya, dan variabel laten MP mampu menjelaskan 50.4% keragaman dari indikator-indikatornya.

Tabel 17 Hasil perhitungan R^2 , AVE, dan CR

Uraian	AU	AP	LC	MP
<i>R-squared</i> (R^2)				0.200
<i>Avg. Var. Extrac.</i> (AVE)	0.543	0.603	0.689	0.504
<i>Composite Reliability</i> (CR)	0.775	0.819	0.860	0.749

Sumber: Data primer diolah (2020)

Uji reliabilitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan *composite reliability* memperlihatkan nilai *composite reliability* dari seluruh variabel laten aktivitas utama (AU), aktivitas pendukung (AP), dan lingkungan (LC) di atas batas nilai minimal yaitu 0.70 (Tabel 16). *Composite reliability* untuk variabel laten AU sebesar 0.775, AP sebesar 0.819, LC sebesar 0.860, dan MP sebesar 0.749 menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan andal untuk mengukur variabel latennya.

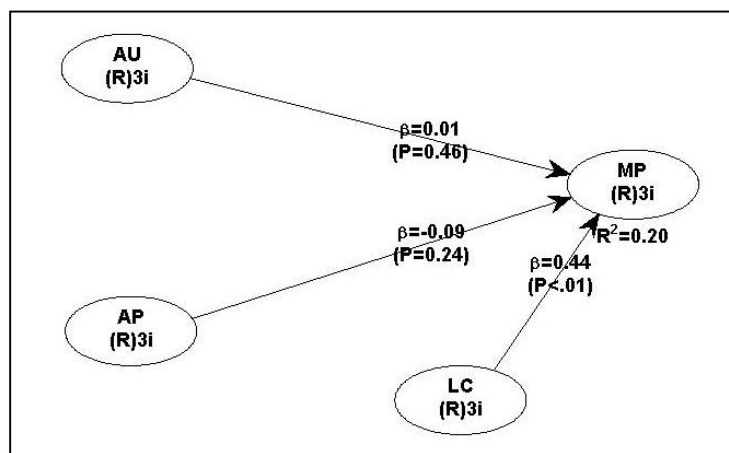
Model Struktural

Model struktural dalam PLS dilakukan dengan menggunakan R^2 . Nilai R^2 digunakan untuk mengukur variasi perubahan model independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi R^2 menandakan model semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya R^2 pada pengujian model rantai nilai ikan asap menunjukkan nilai 0.20 (Tabel 16). Dengan demikian, dapat dikategorikan bahwa seluruh variabel yang digunakan di dalam model yaitu aktivitas utama (AU), aktivitas pendukung (AP), dan lingkungan (LC) hanya mampu menjelaskan variabel dependen margin produk (MP) sebesar 20% dan sisanya sebesar 80% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model. Meskipun demikian, R^2 bukanlah satu-satunya parameter absolut dalam mengukur ketepatan model prediksi karena parameter yang paling utama dalam menjelaskan

hubungan kausalitas adalah adanya dasar hubungan teoritis (Abdillah dan Hartono, 2015).

Analisis selanjutnya adalah menginterpretasikan pengaruh dan signifikansi variabel-variabel yang memengaruhi margin produk (MP). Berdasarkan perhitungan koefisien jalur dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel aktivitas utama berpengaruh terhadap margin produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien untuk variabel aktivitas utama (AU) terhadap margin produk (MP) sebesar 0.01 dengan p -value sebesar 0.463 (Gambar 29). Nilai p -value di atas 0.05 menandakan aktivitas utama yang dilakukan oleh pelaku rantai nilai berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap margin produk. Aktivitas utama yang dimaksud berupa proses distribusi menggunakan alat transportasi, kelancaran pengiriman produk, dan adanya perantara dalam transaksi jual beli.
2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel aktivitas pendukung berpengaruh terhadap margin produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien untuk variabel aktivitas pendukung (AP) terhadap margin produk (MP) sebesar -0.09 dengan p -value sebesar 0.244 (Gambar 29). Nilai p -value di atas 0.05 menandakan aktivitas pendukung berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap margin produk. Aktivitas pendukung dalam hal ini meliputi pembagian tugas atau kerja untuk aktivitas usaha, pemberian upah sesuai kontribusi kerja individu, serta semangat dan motivasi kerja.
3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel lingkungan-*context* berpengaruh terhadap margin produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien untuk variabel lingkungan-*context* (LC) terhadap margin produk (MP) sebesar 0.437 dengan p -value di bawah 0.001 (Gambar 28). Nilai p -value di bawah 0.05 menandakan lingkungan-*context* berpengaruh positif dan signifikan terhadap margin produk sebesar 0.437. Peningkatan lingkungan-*context* yang dilakukan pelaku rantai nilai dapat meningkatkan margin produk. Lingkungan-*context* dalam hal ini meliputi kemudahan akses kredit konsumsi, kemudahan akses kredit usaha, dan adanya sanksi terhadap pelanggaran peraturan.



Gambar 28 Koefisien jalur dan P -value pada model rantai nilai ikan asap

Berdasarkan uji hipotesis, diketahui bahwa hanya variabel lingkungan-*context* yang signifikan berpengaruh terhadap margin produk, sementara variabel aktivitas utama dan aktivitas pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap margin produk. Hasil ini berbeda dengan penelitian Nariyono *et al.* (2017) bahwa aktivitas utama dan aktivitas pendukung merupakan variabel kuat pembentuk rantai nilai perikanan tuna di Cilacap yang memengaruhi produktivitas dan daya saing pada industri perikanan tuna. Selanjutnya Nariyono *et al.* (2017) menyebutkan bahwa kebijakan pemerintah memiliki pengaruh peningkatan daya saing industri perikanan tuna.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan-*context* merupakan aspek kinerja yang perlu mendapatkan fokus lebih mendalam agar setiap pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai ikan asap dapat menjalankan aktivitas nilai tambah dengan baik. Kemudian salah satu pendekatan yang digunakan yaitu mengamati besarnya perolehan margin di setiap pelaku rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah. Aspek kinerja rantai nilai pada variabel lingkungan-*context* dapat ditunjukkan oleh variabel indikator di dalamnya yaitu kemudahan akses kredit konsumsi (i43X3), kemudahan akses kredit usaha (i44X3), dan adanya sanksi terhadap pelanggaran peraturan (i47X3). Jika terjadi peningkatan pada variabel indikator tersebut maka berdampak pada peningkatan kinerja didalam rantai nilai ikan asap karena variabel indikator tersebut secara signifikan memengaruhi margin produk.

Saat ini sebagian besar pelaku rantai nilai ikan di Jawa Tengah relatif mudah mendapatkan akses kredit untuk modal usaha dan konsumsi baik dari koperasi simpan pinjam, perbankan, maupun dari kelompok persatuan sesama pelaku usaha. Sebagai contoh, kemudahan akses kredit yang telah didapatkan pelaku dalam memperoleh pinjaman (kredit) diantaranya para nelayan yang mendapatkan kredit untuk pengadaan kapal, pedagang besar untuk pembangunan *cold storage*, pedagang pengumpul untuk pengadaan mobil berpendingin (*thermo king*), pengolah ikan asap untuk pengadaan *freezer*, dan pedagang pengecer untuk pengadaan kendaraan roda tiga untuk memudahkan distribusi produk ikan asap. Dengan demikian, adanya akses kredit dapat mendukung upaya peningkatan rantai nilai yang dilakukan oleh pelaku usaha agar berjalan baik. Selanjutnya kemudahan akses kredit konsumsi yang telah diperoleh pelaku rantai nilai seperti kredit renovasi rumah, pembelian kendaraan pribadi, dan kredit konsumsi lainnya.

Meskipun demikian, hanya beberapa pelaku rantai nilai ikan asap yang telah menggunakan kredit untuk mengembangkan usahanya. Para pelaku rantai nilai ikan asap masih tergolong kecil dalam menggunakan kredit untuk pengembangan usaha. Hal ini dikarenakan oleh adanya risiko atau kekhawatiran tidak mampu membayar angsuran. Selain itu, juga disebabkan oleh sifat pekerjaan dari para pelaku rantai nilai yang tergolong pekerjaan harian yaitu tidak memiliki kepastian penghasilan sehingga tidak semua pelaku rantai nilai menginginkan kredit yang telah tersedia. Pada kondisi tersebut, kemudahan akses kredit usaha ini secara signifikan mampu mendukung peningkatan margin produk yang diperoleh pelaku rantai nilai. Oleh sebab itu, peran aktif dan dukungan dari pihak penyuluh dibutuhkan dalam sosialisasi pentingnya penggunaan kredit usaha untuk meningkatkan margin produk di dalam rantai nilai ikan asap. Peran aktif koperasi atau perkumpulan para pelaku di setiap mata rantai juga diperlukan sebagai

penghubung antara penyedia kredit dengan pelaku rantai nilai dalam memastikan kelancaran hubungan antara kreditur dan debitur.

Kemudian pelaku rantai nilai ikan asap memiliki kemudahan dalam mengakses kredit konsumsi. Hal tersebut dimanfaatkan pelaku usaha antara lain untuk membangun atau merenovasi rumah, membeli kendaraan pribadi, membeli telepon seluler, dan kredit konsumsi lainnya. Kredit konsumsi yang diperoleh pelaku rantai nilai menyebabkan para pelaku memiliki orientasi dan motivasi yang lebih tinggi dalam menghasilkan margin produk dan pendapatan yang lebih tinggi seperti meningkatkan produksi atau penjualan dan memperluas cakupan pemasaran produknya. Hal ini dikarenakan para pelaku merasa perlu memperoleh pendapatan yang lebih besar untuk dapat membayar angsuran kepada pihak pemberi pinjaman. Kemudahan dalam perolehan kredit konsumsi memungkinkan para pelaku rantai nilai meningkatkan kepemilikan akan barang-barang konsumsi. Kemudian para pelaku berupaya meningkatkan produksi atau penjualan untuk memperoleh tambahan margin produk yang akhirnya akan meningkatkan pendapatan untuk mampu melunasi kredit konsumsi.

Variabel indikator selanjutnya yaitu adanya sanksi terhadap pelanggaran peraturan yang juga memengaruhi besarnya margin produk. Berdasarkan kondisi di lapangan, pelaku rantai nilai ikan asap meyakini bahwa pelanggaran peraturan seperti penangkapan ikan dan pengolahan ikan dengan menggunakan bahan kimia berbahaya dapat merugikan dan memengaruhi penjualan serta margin produk. Pelaku rantai nilai meyakini bahwa keberhasilan dan keberlangsungan usaha bergantung pada kepercayaan dari konsumen atau pembeli produknya. Jika para pelaku terbukti melanggar aturan seperti menggunakan bahan kimia berbahaya atau bahan pengawet kimia yang melanggar aturan, maka akan mendapatkan sanksi seperti dilarang berproduksi atau penyitaan barang atau produk. Hal tersebut dapat memberikan dampak buruk terhadap citra pelaku rantai nilai berdasarkan perspektif konsumen. Kemudian hal tersebut juga dapat menurunkan penjualan dan margin produk yang akan diterima oleh setiap pelaku. Oleh sebab itu, para pelaku cenderung menghindari hal-hal yang dapat melanggar aturan dan berdampak pada sanksi yang diberikan atas pelanggaran tersebut.

Secara keseluruhan, hasil ini sesuai dengan analisis peningkatan rantai nilai yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya. Sebagai contoh, peningkatan produk dan proses pada rantai nilai ikan asap belum berjalan baik karena pelaku harus menanggung biaya tambahan, sehingga adanya kemudahan akses kredit dan permodalan dapat membantu para pelaku mendapatkan akses modal untuk dapat mewujudkan terjadinya peningkatan proses dan produk di dalam rantai nilai ikan asap. Selain itu, adanya kemudahan akses kredit juga mempermudah proses peningkatan fungsi yang direncanakan koperasi sentra pengasapan ikan KUB Asap Indah yaitu untuk membangun warung makan di sekitar area sentra pengasapan ikan.

Hasil penelitian mengenai aspek kinerja di dalam model rantai nilai ini melengkapi penelitian Supriatna *et al.* (2014) yang meneliti mengenai model rantai pengembangan perikanan di Indonesia dengan metode SEM yaitu pola interaksi nelayan, pedagang eceran, pedagang besar atau pengumpul, dan eksportir dipengaruhi secara signifikan oleh harga jual yang ditawarkan dan tingkat peran yang dimainkannya. Jika dalam penelitian Supriatna *et al.* (2014) strategi yang dilakukan adalah minimalisir hambatan dengan melibatkan



kelompok nelayan dan pedagang dalam penentuan harga jual, maka dalam penelitian ini peluang peningkatan yang dapat dilakukan adalah dengan melibatkan kelompok atau perkumpulan pelaku usaha di setiap mata rantai. Salah satunya yaitu keterlibatan kelompok pengolah melalui penguatan fungsi koperasi KUB Asap Indah. Penelitian ini hampir sama dengan Nariyono *et al.* (2018) mengenai kontribusi rantai nilai terhadap peningkatan daya saing dengan menggunakan metode SEM, yaitu untuk meningkatkan daya saing rantai nilai perikanan perlu dilakukan peningkatan aspek sumber daya manusia dan perbaikan infrastruktur. Pada penelitian ini, peningkatan aspek kinerja dalam rantai nilai ikan asap dapat dilakukan dengan pemberian kredit terhadap setiap pelaku rantai nilai sebagai upaya peningkatan aktivitas nilai tambah di setiap simpul mata rantai yang kemudian dapat meningkatkan margin produk.

Analisis rantai nilai menurut Porter sejauh ini melihat aktivitas nilai tambah berdasarkan perspektif pelaku usaha atau suatu perusahaan yaitu rantai nilai dipengaruhi oleh aktivitas utama dan pendukung. Namun, dalam penelitian ini aktivitas utama dan pendukung tidak signifikan memengaruhi margin produk di sepanjang rantai nilai. Hal ini diduga adanya kecenderungan perbedaan sudut pandang dari responden dalam menjelaskan hal-hal terkait aktivitas utama, aktivitas pendukung, dan lingkungan. Setiap pelaku yang terlibat di sepanjang rantai nilai secara langsung melakukan aktivitas kerjasama dalam proses penciptaan nilai produk ikan asap. Dengan demikian, sudut pandang yang dibangun dalam model penelitian ini lebih bersifat menyeluruh dalam mengamati rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis rantai nilai produk ikan asap dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pemetaan (*mapping*) aliran rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah dapat diidentifikasi dari jumlah pelaku yang terlibat, aktivitas utama rantai nilai, dan volume produk. Pelaku yang terlibat di dalam rantai nilai ikan asap terdiri dari nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, pengolah, pedagang pengecer, warung makan, dan restoran. Setiap pelaku melakukan aktivitas yang berkontribusi terhadap penciptaan nilai produk ikan asap. Selanjutnya, volume produk di dalam rantai nilai ikan asap memiliki rata-rata volume sebesar 9 ton per hari. Adapun bahan baku ikan asap mayoritas menggunakan ikan manyung, tongkol, dan pari.
2. Tata kelola (*governance*) dalam rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah terbentuk dalam hubungan kerjasama yang bersifat kekeluargaan, tanpa perjanjian tertulis, dan menggunakan sarana komunikasi yang sederhana. Setiap pelaku harus memenuhi regulasi dan persyaratan tertentu untuk menghasilkan produk ikan asap yang berkualitas bagi konsumen. Jenis tata kelola pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah yaitu *relational*, dengan kriteria *complexity* tinggi, *codify* rendah, dan *capability* yang tinggi. Setiap pelaku rantai nilai ikan asap

juga harus mengumpulkan informasi dari berbagai pihak untuk menghindari terjadinya ketimpangan informasi (*asymmetric information*).

3. Peningkatan (*upgrading*) pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah dapat dilakukan oleh setiap pelaku rantai nilai berupa peningkatan produk, proses, dan fungsi seperti pengolah dan warung makan dalam peningkatan produk; nelayan, pedagang besar, pedagang pengumpul, dan restoran dalam peningkatan proses; serta pengolah dan pengecer dalam peningkatan fungsi.
4. Aspek kinerja pada model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah ditunjukkan oleh variabel lingkungan-*context* dengan tiga indikator didalamnya meliputi kemudahan akses kredit konsumsi, kemudahan akses kredit usaha, dan adanya sanksi terhadap pelanggaran peraturan. Ketiga indikator tersebut merupakan bagian dari aspek kinerja rantai nilai ikan asap yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap margin produk. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pada variabel lingkungan-*context* akan memengaruhi peningkatan aktivitas nilai tambah yang dilakukan oleh setiap pelaku rantai nilai. Adapun aktivitas nilai tambah tersebut dapat dilihat menggunakan pendekatan margin produk.

Saran

Berdasarkan analisis rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah dapat disarankan perlunya penguatan kelembagaan pada koperasi sentra pengasapan ikan yang berperan mengkoordinasi para pengolah atau pelaku utama di dalam rantai nilai. Penguatan kelembagaan pada koperasi ini bertujuan agar koordinasi antar pelaku rantai nilai dapat terjalin secara formal dan tertulis. Hal ini bertujuan untuk mengurangi terjadinya ketimpangan informasi dan terwujudnya peningkatan di setiap pelaku rantai nilai. Selain itu, penguatan kelembagaan diharapkan dapat mendukung produk ikan asap menjadi produk khas Jawa Tengah yang memiliki nilai tambah tinggi dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Peningkatan rantai nilai ikan asap yang berpeluang untuk dilakukan adalah peningkatan fungsi yang ditunjukkan oleh pengolah dalam melakukan aktivitas penjualan langsung ke restoran dan pedagang pengecer yang melakukan aktivitas penjualan secara *online*. Aktivitas pengolah melakukan penjualan langsung ke restoran cenderung membutuhkan tambahan biaya yang relatif kecil yaitu hanya menambah biaya distribusi dan pencarian informasi terkait restoran yang dapat bekerjasama. Namun, pengolah harus tetap memperhatikan kapasitas produksi yang dimilikinya dalam memenuhi permintaan restoran.

Pemerintah juga memiliki peran penting dalam mendukung terciptanya peningkatan di sepanjang rantai nilai ikan asap. Peran pemerintah tersebut adalah menjadi media penghubung (*mediator*) di antara setiap pelaku rantai nilai ikan asap dalam upaya mewujudkan aktivitas kerjasama yang lebih formal dan tertulis, serta menjadi penyuluh pelaku rantai nilai dalam memperoleh akses kredit modal usaha. Selain itu, pemerintah juga berperan dalam penyediaan teknologi tepat guna yang dapat digunakan oleh setiap pelaku rantai nilai dalam peningkatan aktivitas nilai tambah salah satu contohnya yaitu teknologi pengemasan, tempat pengasapan ikan yang terstandarisasi dan higienis, serta pengadaan teknologi pengolahan limbah sehingga dapat menjadi produk sampingan yang juga menghasilkan keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah W, Hartono J. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Albuloushi N. 2018. Governance configurations: testing the global value chain framework. [Disertasi]. Queensland University of Technology. Australia.
- Alhassan EH. 2012. Smoked and frozen fish consumption and marketing channels in the Tamale Metropolis of Ghana. *Ghana Journal of Development Studies*. 9(1):21-28.
- Arsiwi P, Adi PW, Subhiyakto ER. 2018. Analisis *value chain* sebagai upaya peningkatan nilai produk ikan asap Bandarharjo Kota Semarang. *Industrial Engineering Journal of The University of Sarjanawiyata Tamansiswa*. 2(1):35-43.
- Asmarantaka RW. 2014. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis, FEM IPB. Bogor.
- Attatie H, Fourcadet O. 2003. Guidelines for Value Chain Analysis in The Agri Food Sector of Transitional and Developing Economies. [Internet]. [diunduh pada 2019 Desember 29]. Tersedia dari : http://www.fao.org/tempref/AG/Reserved/PPLPF/Docs/Reports%20&%20Papers/GUI_MT_GL_JO_04_Value%20Chain%20Analysis_ESSEC.pdf
- [ACIAR] Australian Centre for International Agricultural Research. 2012. *Membuat rantai nilai lebih berpihak pada kaum miskin: buku pegangan bagi praktisi analisis rantai nilai*. ACIAR Monograph No. 148. Canberra.
- [BPS] Badan Pusat Statistika. 2020. Distribusi PDB triwulan atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha 2014-2020. [Internet]. [diunduh 13 Juni 2020]. Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/05/06/828/-seri-2010-distribusi-pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-lapangan-usaha-persen-2014-2020.html>
- [BPS] Badan Pusat Statistika Jawa Tengah. 2019. *Jawa Tengah Dalam Angka 2019*. BPS Provinsi Jawa Tengah. Jawa Tengah.
- [BPS] Badan Pusat Statistika Kabupaten Demak. 2019. *Kabupaten Demak Dalam Angka 2019*. BPS Kabupaten Demak. Jawa Tengah.
- Chopra S, Meindl P. 2007. Supply chain management: strategy, planning and operations. Ed ke-3. Upper Saddle River, NJ (US): Pearson Prentice Hall. Handfield *et al*, 2002.
- Dahl DC, Hammond JW. 1997. *Market and Price Analysis*. The Agriculture Industries. USA: McGraw-Hill, Inc. Printed
- Darko-Koomson S, Aidoo R, Abdoulaye T. 2020. Analysis of cassava value chain in Ghana: implications for upgrading smallholder supply systems. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JADEE-05-2019-0066>
- [DFID] Department for International Development. 2008. *Making Value Chains Work Better for the Poor (A Toolbook for Practitioners of Value Chain Analysis)*. Agricultural Development International. Phnom Penh (Cambodia).

- [DKP] Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Demak. 2019. *Data Unit Pengolahan Ikan dan Produksi Kabupaten Demak*. DKP Demak. Jawa Tengah.
- Dzaki A, Sugiri A. 2015. Kajian eksternalitas industri pengasapan ikan di Kelurahan Bandharharjo Kecamatan Semarang Utara. *Jurnal Teknik Perencanaan Wilayah Kota*. 4(1):134–144.
- Ferdous S, Ikeda M. 2017. Value creation and competitive advantages for the Shrimp industries in Bangladesh. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. 8(3):518-536.
- Gandhy A, Nurunisa VF, Situmeang T. 2019. Efficiency marketing chain analysis of sangkuriang catfish in minapolitan area. *Agriekonomika*. 8(1):14-25.
- Gereffi G, Fernandez-Stark K. 2016. *Global Value Chain Analysis: A Primer Second Edition*. Duke University, Durham, NC.
- Gereffi G, Humphrey J. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economic*. 12(1):78-104. DOI : 10.1080/09692290500049805.
- Hastings K, Howieson J, Lawley M. 2016. Creating value chains: The role of relationship development. *British Food Journal*. 118(6):384-1406.
- Hayami Y, Kawagoe T, Maroka Y, Siregar M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java A Perspective from a Sunda Village*. Bogor.
- Hellin J, Meijer M. 2006. *Guidelines for Value Chain Analysis*. Food and Agricultural Organization of the United Nations.
- Kabu E, Tira DS. 2015. Value chain analysis towards sustainability : A case study of fishery business in Kota Kupang Indonesia. *International Journal of Economic and Financial Issues*. 5:150-156.
- Kaplinsky R, Morris M. 2002. A Handbook for Value Chain Research. [Internet]. [diunduh pada 2019 November 1]. Tersedia dari : https://researchgate.net/publication/42791981_A_Handbook_Value_Chain_Research
- Kharie WR, Manoppo VE, Wasak M. 2017. Analisis rantai nilai produk olahan tuna cakalang di Pulau Lembeh untuk pemasaran lokal di Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Akulturas*. 5(9):572-580.
- [KKP]. Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. 2018. Produktivitas perikanan Indonesia. [Internet]. [diunduh 4 Mei 2020]. Tersedia pada: <https://kkp.go.id/wp-content/uploads/2018/01/KKP-Dirjen-PDSPKP-FMB-Kominfo-19-Januari-2018.pdf>
- [KKP]. Pusat Data Statistik dan Informasi Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. Kelautan dan perikanan dalam angka tahun 2018. 2019. [Internet]. [diunduh 2019 Oktober 22]. Tersedia pada : <http://sidatik.kkp.go.id/files/src/023dfaa957829d846cfb59164b6c5774.pdf>
- Kohls RL, Uhl JN. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler P, Amstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotni DP. 2016. Value chain management in marine fisheries (A Case study of Andhra Pradesh). *International Journal of Managing Value and Supply Chains*. 7(2):9-19.

- Latan H. 2013. *Model persamaan struktural teori dan implementasi Amos 21.0* . Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Luhur ES, Yusuf R. 2017. Analisis rantai nilai ikan cakalang di Kota Ambon, Maluku. *Jurnal Sosek KP*. 12(1):93-105.
- Mishra PK, Dey K. 2018. Governance of agricultural value chains: Coordination, control and safeguarding. *Journal of Rural Studies*. 64:135-147.
- Mudzakir AK, Miftahurrahmi, Wijayanto D. 2018. Analisis rantai nilai komoditas ikan teri (*Stolephorus sp.*) di PPP Morodemak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*. 7(2):106-115.
- Nariyono B, Daryanto A, Firdaus M, Johar S. 2017. Analysis of value chain toward enhancement competitiveness of tuna fishery industries using structural equation modeling (SEM) and confirmatory factor analysis: Case study in Cilacap Regency. *International Journal of Applied Engineering Research*. 12(21):11500-11510.
- Nariyono B, Daryanto A, Firdaus M, Johar S. 2018. Kontribusi rantai nilai terhadap peningkatan daya saing perikanan tuna di Kabupaten Cilacap dan sekitarnya. *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia*. 10(1):11-23.
- Ndyetabula DW, Sorensen OJ, Temu AA. 2014. Agribusiness development and the role of value chain business associations the case of dried fruits and vegetables in Tanzania. *African Journal of Economic and Management Studies*. 7(4):510-534.
- Nugroho AW, Dewi N, Yusri J. 2017. Analisis rantai nilai usaha agroindustri ikan patin salai di Desa Penyasawan, Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar. *Jurnal Ilmiah Pertanian*. 14(1):37-49.
- Nurhayati P. 2004. Nilai tambah produk olahan perikanan pada industri perikanan tradisional DKI Jakarta. *Buletin Ekonomi Perikanan*. 5(2):17-23.
- Porter ME. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press : New York.
- Purwaningsih R. 2015. Analisis nilai tambah produk perikanan lemuru pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. 14(1):13-23.
- Rosales RM, Pomeroy R, Calabio IJ, Batong M, Cedo K, Escara N, Facunla V, Gulayan A, Narvadez M, Sarahadil M, Sobrevega MA. 2017. Value chain analysis and small-scale fisheries management. *Marine Policy*. 83:11-21. Doi:10.1016/j.marpol.2017.05.023.
- Sarwono J, Narimawati U. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Silovs M, Dmitrijeva O. 2018. Fish processing industry modernization and co-extrusion method in fish product assortment diversification. *Proceedings of the 2018 International Conference Economic Science For Rural Development*. (47):305-311. DOI 10.22616/ESRD.2018.036.
- Soemaryani I, Tisnawati E, Fermansyah D. 2015. Pengembangan model kontribusi *network governance* dalam *value chain* untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha perikanan tangkap. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 16(1):38-46.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung

- Sumaiyah S, Subari S, Ariyani AH. 2013. Analisis integrasi pasar bawang di Kabupaten Pamekasan. *Agriekonomika*. 2(1):77-89.
- Supriatna A, Hascaryo B, Wisudo SH, Baskoro M, Nikijuluw VP. 2014. Model rantai nilai pengembangan perikanan tuna, tongkol, dan cakalang di Indonesia. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*. 17(2):144-255.
- Swastawati F, Cahyono B, Setiono I, Kurniasih RA. 2017. Penguatan usaha pengasapan ikan “KUB Asap Indah”, Desa Wonosari, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak dengan teknologi pengemasan vakum. *Jurnal Info*. 19(1):34-45.
- Theuri FS, Mwirigi FM, Namusonge G. 2014. Determinants of value addition in the seafood industry in developing countries (An analysis of the Kenyan Context). *Journal of Business and Management*. 16(1):17-25.
- Trienekens, JH. 2011. Agricultural value chains in developing countries a framework for analysis. *International Food and Agribusiness Management Review*. 14(2):51–82.
- Wastra AR, Argarini M, Sari RAP. 2016. Analisis rantai nilai komoditas ikan air tawar unggulan di Kota Tangerang. *Jurnal Agribisnis*. 10(1):1-12.
- Yusuf S, Azis N. 2016. Model rantai nilai usaha untuk meningkatkan nilai tambah berkelanjutan pada UKM *fillet* tuna di Kota Kendari. *Jurnal Bisnis Perikanan FPIK UHO*. 3(2):155-174.
- Zakic N, Bozilovic S, Sijakovic I. 2018. Analysis and upgrading of value chain. *Ekonomika*. 64(4):1-15. doi:10.5937/ekonomika1804001Z.



Lampiran 1 Perhitungan pengolahan data menggunakan WarpPLS 6.0

WarpPLS 6.0 - Indicator loadings and cross-loadings: View combined loadings and cross-loadings

Close Help

	AU	AP	LC	MP	Type (as defined)	SE	P value
i6X1	(0.795)	-0.153	0.149	-0.037	Reflective	0.103	<0.001
i7X1	(0.840)	0.089	0.015	-0.092	Reflective	0.101	<0.001
i17X1	(0.539)	0.117	-0.243	0.198	Reflective	0.113	<0.001
i24X2	-0.200	(0.833)	0.233	-0.170	Reflective	0.101	<0.001
i25X2	0.096	(0.785)	-0.229	-0.055	Reflective	0.103	<0.001
i28X2	0.130	(0.706)	-0.020	0.262	Reflective	0.106	<0.001
i43X3	-0.057	0.038	(0.955)	-0.078	Reflective	0.097	<0.001
i44X3	-0.129	0.066	(0.961)	-0.015	Reflective	0.097	<0.001
i47X3	0.370	-0.207	(0.481)	0.184	Reflective	0.116	<0.001
i3Y	-0.038	-0.199	0.043	(0.823)	Reflective	0.102	<0.001
i10Y	-0.105	0.281	-0.018	(0.708)	Reflective	0.106	<0.001
i5Y	0.183	-0.060	-0.039	(0.577)	Reflective	0.112	<0.001

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

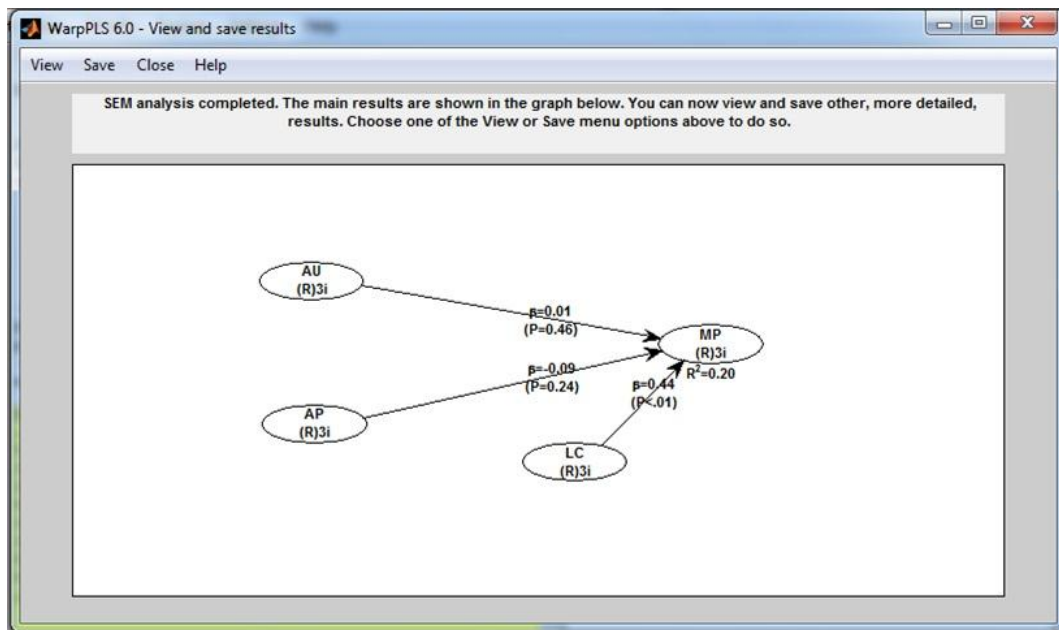
WarpPLS 6.0 - Latent variable coefficients

Close Help

	AU	AP	LC	MP
R-squared				0.200
Adj. R-squared				0.150
Composite reliab.	0.775	0.819	0.880	0.749
Cronbach's alpha	0.564	0.668	0.742	0.497
Avg. var. extrac.	0.543	0.603	0.669	0.504
Full collin. VIF	1.130	1.062	1.421	1.240
Q-squared				0.237
Min	-1.671	-2.041	-0.973	-1.297
Max	2.758	2.607	2.451	1.951
Median	-0.488	0.283	-0.338	-0.066
Mode	-0.488	0.283	-0.973	-1.297
Skewness	1.431	-0.252	0.628	0.456
Exc. kurtosis	2.235	0.089	-0.539	-0.866
Unimodal-RS	Yes	Yes	Yes	Yes
Unimodal-KMV	Yes	Yes	Yes	Yes
Normal-JB	No	Yes	Yes	Yes

Notes: Unimodal-RS = Rohtagi-Székely test of unimodality; Unimodal-KMV = Klaassen-Mokveld-van Es test of unimodality; Normal-JB = Jarque-Bera test of normality; Normal-RJB = robust Jarque-Bera test of normality; click on "View" cell to see corresponding histogram.

Lampiran 1 Lanjutan



WarpPLS 6.0 - Path coefficients and P values

Close Help

Path coefficients				
	AU	AP	LC	MP
AU				
AP				
LC				
MP	0.013	-0.094	0.437	

P values				
	AU	AP	LC	MP
AU				
AP				
LC				
MP	0.463	0.244	<0.001	

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Lampiran 2 Dokumentasi penelitian rantai nilai produk ikan asap di Jawa Tengah



Pelelangan ikan di TPI Demak



Cold Storage milik pedagang besar



Pedagang pengumpul membeli ikan beku dari pedagang besar



Bongkar muat ikan di sentra pengasapan ikan Demak



Proses angkut ikan oleh kurir



Produk ikan asap berbahan baku pari



Produk ikan asap dikemas menggunakan keranjang plastik



Konsumen membeli ikan asap langsung ke pengolah di sentra

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Lampiran 2 Lanjutan



Bongkar muat ikan beku di sentra pengasapan ikan Demak



Aktivitas pengolahan di sentra pengasapan ikan Demak



Bongkar muat ikan di TPI Rembang



Wawancara dengan nelayan



Wawancara dengan pedagang besar



Wawancara dengan pengolah ikan asap



Penyerahan souvenir kepada perwakilan DKP Demak



Penyerahan souvenir kepada perwakilan pengolah

Lampiran 3 Ringkasan tahap analisis penelitian

Tujuan	Alat Analisis	Output	Kriteria / Indikator
Mengidentifikasi pemetaan (<i>mapping</i>) aliran rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah	Analisis Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Diagram aliran produk rantai nilai komoditas perikanan laut - Jumlah pelaku yang terlibat dalam rantai nilai - Kuantitas atau volume produk yang dialirkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat beberapa saluran pemasaran dalam rantai nilai produk - Pelaku yang terlibat : nelayan, pembudidaya, pedagang, tengkulak, pengecer, pengolah/UKM, konsumen. - Produk mengalir diantara pelaku dan sampai ke tangan konsumen
Menganalisis tata kelola (<i>governance</i>) rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah	Analisis Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Pelaku utama aktivitas tata kelola, koordinasi dan kerjasama antar pelaku. - Jenis tata kelola (<i>market, modular, relation, captive, hierarchy</i>) 	Tinggi rendahnya : <ul style="list-style-type: none"> - <i>Complexity</i> - <i>Codify</i> - <i>Capability</i>.
Menganalisis proses peningkatan (<i>upgrading</i>) pada rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah	Analisis Deskriptif dan Analisis Margin Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Peluang peningkatan produk, proses, dan fungsi. - Aktivitas nilai tambah setiap pelaku dalam rantai nilai - Besarnya perolehan keuntungan 	<ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas nilai tambah/fungsi pemasaran yang telah/belum dilakukan - Perolehan peningkatan margin pemasaran
Menganalisis aspek kinerja pada model rantai nilai ikan asap di Jawa Tengah	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	<ul style="list-style-type: none"> - Model rantai nilai ikan asap - Aktivitas utama - Aktivitas pendukung - Lingkungan – <i>context</i> - Margin produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Signifikan pada $\alpha=5\%$ - Aktivitas utama: operasi, logistik, pemasaran dan penjualan. - Aktivitas pendukung: infrastruktur rantai, manajemen SDM, teknologi, manajemen hubungan. - Lingkungan: kebijakan pemerintah, peraturan, insfrastruktur pasar.

Riwayat Hidup



Penulis dilahirkan di Dumai, 13 Maret 1989. Penulis adalah anak bungsu dari tiga bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Asep Harsono dan Iim Sumiati. Penulis telah menikah ditahun 2014 dengan Yuridistya Primadhita dan dikaruniai anak perempuan Aisyahira Pradanasyifa. Penulis pertama kali menempuh pendidikan sarjana (S1) di Institut Pertanian Bogor pada tahun 2007 melalui jalur masuk Undangan Saringan Masuk IPB (USMI-PMDK) di jurusan Manajemen (angkatan 44). Semasa kuliah, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi kemahasiswaan, salah satunya pernah diamanahkan menjadi Presiden Direktur Himpunan Keprofesian Manajemen (COM@-IPB) periode 2009-2010 dan Ketua Angkatan (Komti) Mahasiswa Manajemen IPB angkatan 44.

Penulis menyelesaikan masa perkuliahan S1 pada tahun 2011 dan langsung diterima bekerja di Perusahaan Swasta. Selama 5 tahun bekerja, penulis telah memiliki pengalaman bekerja di beberapa perusahaan swasta, mulai dari staf *purchasing*, staf *account payable*, staf HRD, supervisor produksi, dan *general finance and accounting*. Berdasarkan pengalaman bekerjanya, penulis sudah pernah berada pada beberapa posisi, seperti di bidang manajemen keuangan, manajemen produksi, dan manajemen sumber daya manusia. Artinya secara pemahaman 4 aspek manajemen, penulis belum pernah berada pada posisi manajemen pemasaran. Oleh sebab itu, seiring berjalannya waktu, penulis memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha khususnya di bidang perikanan.

Motivasi penulis melanjutkan studi S2 di Program Studi Magister Sains Agribisnis IPB di tahun 2018 adalah untuk meningkatkan pengetahuan di bidang pemasaran khususnya produk agribisnis. Penulis berharap ilmu yang telah diperoleh dapat mendukung karir sebagai seorang praktisi dan akademisi dengan landasan keilmuan yang baik khususnya dalam ruang lingkup keilmuan Pemasaran Agribisnis. Penulis telah membuat artikel penelitian yang dapat di akses pada Jurnal Manajemen dan Agribisnis IPB Vol. 17 No. 3, November 2020, dengan judul *Value Chain Governance for Smoked Fish Products in The North Coast of Central Java*.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University