

DAMPAK COVID-19 TERHADAP USAHA PEMASARAN IKAN ROA ASAP DI DESA KINABUHUTAN KECAMATAN LIKUPANG BARAT KABUPATEN MINAHASA UTARA PROVINSI SULAWESI UTARA

Jesika Aramana¹; Siti Suhaeni²; Florence V. Longdong²; Srie J. Sondakh²; Steelma
V. Rantung²; Natalie D.C. Rumampuk²

¹) Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado

²) Staff Pengajar Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado

Koresponden email: 17051106031@student.unsrat.ac.id

Abstract

This study aims to find out about to determine how many marketing channels, marketing margins and selling price of smoked roa fish before the existence of Covid-19 and during New Normal in Kinabuhutan Village to see the impact of Covid 19 on the marketing of smoked roa fish in Kinabuhutan. The method used is the survey method. The population in this study were producers and traders of smoked roa fish from Kinabuhutan Village. The data collection method uses the census method for producers and purposive sampling for traders. The total number of respondents was 15 people (3 producers, 4 middlemen and 8 retailers). Primary data collection methods use surveys and interviews as well as secondary data by quoting existing data.

Based on the results of the study, it is known that the marketing channels for smoked roa fish originating from Kinabuhutan Village before the Covid-19 and when New Normal did not change, there were still 4, namely Channel 1 from producers to intermediary traders to retailers and finally to consumers; Channel 2 from Producers to Intermediary Traders and directly to consumers; Channel 3 from Producers to Retailers continues to consumers and the last Channel 4 is from Producers directly to Consumers. The results of the margin analysis show that Channel 4 is the most efficient channel because it has a margin equal to 0, that is, what consumers pay is the same as what producers receive. The existence of Covid 19 has no impact on the marketing of smoked roa fish originating from Kinabuhutan Village, because the number of production and marketing channels that exist are the same between before the existence of Covid 19 and during Normal Nev. Likewise, the selling price of smoked roa fish has remained unchanged.

Keywords: Impact of Covid-19, Smoke Roa, Marketing, Kinabuhutan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah saluran pemasaran, margin pemasaran dan harga jual ikan roa asap sebelum adanya Covid-19 dan saat New Normal di Desa Kinabuhutan untuk melihat dampak yang ditimbulkan Covid 19 terhadap pemasaran ikan roa asap di Kinabuhutan. Metode yang digunakan adalah metode Survei. Populasi dalam penelitian ini adalah produsen dan pedagang ikan roa asap yang berasal dari Desa Kinabuhutan. Metode pengambilan data menggunakan metode sensus untuk produsen dan purposive sampling untuk pedagang. Jumlah responden seluruhnya adalah 15 orang (3 produsen, 4 pedagang perantara dan 8 pedagang pengecer). Metode pengumpulan data primer menggunakan survey dan wawancara serta data sekunder dengan mengutip data yang sudah ada.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran ikan roa asap yang berasal dari Desa Kinabuhutan sebelum adanya Covid-19 dan saat New Normal tidak ada perubahan yaitu tetap ada 4, yaitu Saluran 1 dari Produsen ke pedagang perantara terus ke pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen; Saluran 2 dari Produsen ke Pedagang Perantara dan langsung ke konsumen; Saluran 3 dari Produsen ke Pedagang Pengecer terus ke konsumen dan yang terakhir Saluran 4 yaitu dari Produsen langsung ke Konsumen. Hasil dari analisis margin diketahui bahwa Saluran 4 merupakan saluran yang paling efisien karena mempunyai margin sama dengan 0 yaitu yang dibayarkan konsumen sama dengan yang diterima produsen. Adanya Covid 19 tidak berdampak terhadap pemasaran ikan roa asap yang berasal dari Desa Kinabuhutan, karena jumlah produksi dan saluran pemasaran yang ada sama antara sebelum adanya Covid 19 maupun saat New Normal. Demikian juga harga jual ikan roa asap tetap, tidak berubah sama sekali.

Kata Kunci: Dampak Covid-19, Roa Asap, Pemasaran, Kinabuhutan

PENDAHULUAN

Kebijakan Penanganan Covid-19 antara lain *Social Distancing*, *Physical Distancing*, *Work from Home* dan pembatasan berkumpul turut memberikan pengaruh terhadap menurunnya permintaan produk perikanan. Di satu sisi produksi perikanan saat

ini kelebihan penawaran, sehingga mengakibatkan harga turun drastis, hal ini membuat kelesuan nelayan untuk menangkap ikan dan berakibat pada ketidak pastian pelaku perikanan dan pasar serta perubahan jalur distribusi produk perikanan. Kelesuan nelayan untuk menangkap ikan mengakibatkan penurunan hasil tangkapan sehingga mengakibatkan berkurangnya kegiatan pengolahan dan pemasaran ikan

Desa Kinabuhutan merupakan salah satu desa pesisir yang terletak di sebuah pulau kecil di Kecamatan Likupang Barat, Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara. Mayoritas penduduk Desa Kinabuhutan bekerja sebagai nelayan dan kebanyakan merupakan nelayan tradisional. Salah satu hasil tangkapan nelayan di Desa Kinabuhutan adalah ikan Julung-julung atau dalam bahasa daerahnya terkenal dengan ikan roa. Hasil tangkapan ikan roa di Desa Kinabuhutan hampir semuanya ditampung oleh pengusaha pengolahan ikan roa asap sebagai bahan baku. Ikan roa asap ini merupakan bahan makanan khas daerah Sulawesi Utara, yang biasa digunakan sebagai bahan baku sambal yang terkenal di Sulawesi Utara yaitu sambal roa. Sambal roa ini biasa di sediakan di warung makan atau rumah makan khas Minahasa.

Pemasaran hasil pengolahan ikan roa yang ada di Desa Kinabuhutan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha pengolahan, baik terhadap pengusaha maupun tenaga kerjanya, bahkan secara tidak langsung juga terhadap nelayan penangkap ikan roa. Lancar dan tidaknya pemasaran hasil pengolahan ikan roa asap di Desa Kinabuhutan sangat mempengaruhi perekonomian di Desa Kinabuhutan karena mayoritas penduduknya mengandalkan hidupnya dari hasil perikanan laut.

Menurunnya aktifitas masyarakat untuk keluar rumah menyebabkan menurunnya pendapatan warung makan atau rumah makan, bahkan tidak sedikit yang gulung tikar karena tidak ada pembeli. Apakah keadaan ini juga berdampak pada pemasaran ikan roa asap yang berasal dari Desa Kinabuhutan? Karena Desa Kinabuhutan terletak jauh dari perkotaan dan berada di sebuah pulau kecil, namun ada produsen ikan roa asap disana. Hal inilah yang menarik perhatian peneliti untuk mengadakan penelitian tentang dampak *Covid-19* terhadap pemasaran ikan roa asap di Desa kinabuhutan Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara,.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu Apakah wabah *Covid-19* berdampak terhadap jumlah saluran pemasaran ikan roa asap yang ada di Desa Kinabuhutan dan juga terhadap jumlah dan juga harga pasar ikan roa asap pada setiap pelaku pemasaran sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* di Desa Kinabuhutan serta apakah wabah *Covid-19* berdampak positif, negatif atau tidak ada dampaknya sama sekali terhadap pemasaran ikan roa asap yang ada di Desa Kinabuhutan?.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk membandingkan jumlah saluran pemasaran dan margin maupun harga dalam pemasaran ikan roa asap sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* sehingga dapat diketahui dampak *Covid-19* itu positif (meningkat), negatif (menurun) atau tak berdampak (tetap) terhadap pemasaran ikan roa asap di Desa Kinabuhutan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah suatu pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi

tertentu yang dipolakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Survei adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menyidik dan menafsir data secara umum sebagaimana yang tersedia di lapangan (Creswell,2009).

Populasi dalam penelitian ini adalah produsen pengolah ikan roa asap dan pedagang yang memasarkan ikan roa asap tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan cara sensus untuk produsen ikan roa asap dan sampling untuk pedagang ikan roa asap. Metode sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dimana pedagang pada setiap saluran pemasaran ikan roa asap yang dari Desa Kinabuhutan diambil 1 orang sebagai sampel. Pedagang perantara diambil 4 orang sebagai sampel (Bitung, Airmadidi, Manado dan Tomohon) dan pedagang pengecer diambil 8 orang sebagai sampel (Bitung 2 orang, Airmadidi 1orang, Likupang 1 orang, Manado 3 orang dan Tomohon 1 Orang).

Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber atau tidak melalui media perantara. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara langsung dengan responden karena sudah memasuki era *New Normal* sehingga harus menerapkan protokol kesehatan yang berlaku.. Hal ini dimungkinkan juga karena peneliti sudah banyak mempunyai data responden pengolah ikan sebelum adanya *Covid-19*, kebetulan peneliti melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Desa Kinabuhutan sebelum adanya *Covid-19*. Sedangkan pengumpulan data untuk pedagang perantara dilakukan saat perahu sandar di Likupang maka pedagang perantara akan datang ke pantai, hal ini diketahui berdasarkan informasi dari pengolah ikan roa asap. Pemilihan responden pedagang pengecer di pasar diperoleh dari pedagang perantara, nama dan no hp serta di pasar mana juga diperoleh dari pedagang perantara. Bagi responden pedagang pengecer yang ada di pasar wilayah Kota Manado dan Likupang dilakukan wawancara langsung, sedang yang dari Kota Bitung, Tomohon dan Airmadidi dilakukan melalui telpon. Data sekunder diambil dari kantor desa atau instansi lain yang umumnya berupa bukti, catatan atau laporan yang ada hubungannya dengan penelitian.

Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah untuk memberikan gambaran serta keterangan dengan menggunakan kalimat penulis sendiri secara sistematis sesuai dengan data yang diperoleh dan dikaitkan dengan aspek-aspek teoritis. Analisis deskriptif kuantitatif adalah untuk memberikan bahasan dengan menggunakan perhitungan. Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menganalisis nilai margin pada setiap saluran pemasaran baik sebelum adanya *covid-19* maupun saat *New Normal* di Desa Kinabuhutan. Besarnya margin pemasaran yang diperoleh dihitung dengan mengacu kepada Apriono *dkk.* (2012) yaitu sebagai berikut:

$$M = Hk - Hp$$

Dimana: M = Margin pemasaran
Hk = Harga di tingkat konsumen (per jepit) / *Price at consumer level* (per jepit)
Hp = Harga di tingkat produsen (per jepit) / *Price at producer level* (per jepit)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produksi Ikan Roa Asap

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha pengolahan ikan roa asap yang berada di Desa Kinabuhutan, yang dilakukan oleh 3 orang. Pengasapan ikan adalah salah satu pengawetan ikan yang merupakan penggabungan dari proses pengeringan dan pemberian asap. Pengasapan memiliki beberapa keuntungan yaitu memberikan efek pengawetan, mempengaruhi cita rasa, memanfaatkan hasil tangkap yang berlebih ketika hasil tangkapan nelayan berlimpah. Hal ini memungkinkan ikan untuk disimpan lebih lama sampai saat musim panceklik dan meningkatkan ketersediaan protein bagi masyarakat sepanjang tahun. Ikan asap menjadi awet karena adanya pengurangan kadar air akibat dari proses pemanasan dan adanya senyawa-senyawa kimia didalam asap yang dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme dan berperan sebagai antioksidan. Pengasapan juga memberikan warna, tekstur dan flavor yang khas.

Dari hasil wawancara dengan ketiga responden diperoleh keterangan bahwa hasil produksi usaha pengolahan ikan Roa asap di Desa Kinabuhutan saat sebelum adanya *Covid 19* dengan pada saat *New Normal* tidak ada bedanya. Mereka tetap memproduksi seperti biasa, seperti tidak pernah ada *Covid 19*. Nelayan penangkap ikan roa juga beraktifitas seperti biasa tidak terpengaruh adanya *Covid 19*. Adapun hasil produksi ikan roa asap yang dihasilkan responden, baik sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal* sama seperti terlihat pada tabel 1

Tabel 1. Hasil Produksi ikan roa asap per produksi di Desa Kinabuhutan sebelum *Covid-19* dan saat *New Normal*

No.	Total per produksi (Jepit) sebelum Covid-19	Total per produksi (Jepit) Saat New Normal
R. 1.	2.000	2.000
R. 2.	1.000	1.000
R. 3.	2.500	2.500
Total	5.500	5.500
Rata-rata	1.833	1.833

Sumber : Data Primer (2020)

Hasil produksi rata-rata ikan roa asap per produksi sebelum adanya *covid-19* maupun pada saat *New Normal* adalah sama yaitu rata-rata 1.833 jepit .

Biaya Produksi Ikan Roa Asap

Biaya merupakan komponen yang sangat penting dalam suatu usaha, karena besar kecilnya biaya yang dikeluarkan akan sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang akan diperoleh. Jenis biaya dan besaran biaya yang dikeluarkan setiap pelaku pasar berbeda-beda, biaya produksi penangkapan ikan akan berbeda dengan biaya produksi pengolahan ikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden pengolah ikan asap diketahui bahwa jenis biaya yang dikeluarkan oleh Pengolah ikan roa asap terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap

Biaya Tetap atau Fixed Cost (FC)

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam jumlah yang tetap dalam kurun waktu yang sama. Biaya tetap ini besarnya selalu tetap, tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produk yang dihasilkan. Hasil wawancara dengan responden diketahui bahwa biaya tetap yang dikeluarkan oleh pengolah ikan roa asap sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* tidak berbeda sama sekali karena hanya terdiri dari biaya penyusutan barang –barang investasi. Barang investasi dalam pengolahan ikan roa asap hanyalah

ruang pengasapan dan keranjang, jadi biaya tetap yang dikeluarkan dalam usaha pengolahan ikan roa asap hanya merupakan penyusutan ruang pengasapan dan keranjang, karena baik keranjang maupun ruang pengasapan tidak memerlukan biaya perawatan. Sedangkan ruang pengasapan dan keranjang sudah ada sebelum adanya *Covid-19*, sehingga adanya *Covid-19* tidak berdampak terhadap biaya tetap yang dikeluarkan oleh responden pengolah ikan roa asap di Desa Kinabuhutan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden diketahui bahwa biaya penyusutan yang dikeluarkan oleh produsen ikan roa asap dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Biaya Penyusutan barang investasi dalam usaha pengolahan ikan Roa Asap di Desa Kinabuhutan sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal*

No.	Ruang pengasapan (Rp)	Umur ekonomis (Tahun)	Penyusutan (Rp)	Keranjang (Rp)	Umur ekonomis (Tahun)	Penyusutan (Rp)
		Sebelum	Adanya	Covid-19		
R. 1	20.000.000	30	660.000	300.000	2	150.000
R. 2	12.000.000	30	400.000	150.000	2	75.000
R. 3	30.000.000	30	1.000.000	750.000	2	375.000
jumlah	62.000.000		2.060.000	1.200.000		600.000
Rata-rata			686.600			200.000
		Saat	New	Normal		
R. 1	20.000.000	30	660.000	300.000	2	150.000
R. 2	12.000.000	30	400.000	150.000	2	75.000
R. 3	30.000.000	30	1.000.000	750.000	2	375.000
jumlah	62.000.000		2.060.000	1.200.000		600.000
Rata-rata			686.600			200.000

Sumber : Data Primer diolah, (2020)

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden diketahui bahwa biaya pembuatan ruang pengasapan ketiga responden pengolah ikan roa asap berbeda-beda karena luas ruang pengasapan mereka juga berbeda dan kapasitas produksi mereka juga berbeda. Kalau keranjang hampir sama hanya jumlahnya saja yang berbeda, namun rata-rata umur ekonomisnya sama baik untuk keranjang maupun ruang pengasapan. Dengan demikian jumlah biaya tetap rata-rata yang dikeluarkan produsen ikan roa asap per tahun adalah jumlah rata-rata penyusutan ruang pengasapan dengan jumlah rata-rata penyusutan keranjang, yaitu $Rp.686.600 + Rp.200.000 = Rp.886.600$. Biaya yang dikeluarkan sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal* tidak ada bedanya sama sekali, karena barang-barang investasi ini sudah ada jauh sebelum adanya *Covid 19*. Biaya tetap per tahun $Rp.886.600$, jadi per bulan $Rp.73.900$ atau dibulatkan $Rp.74.000$, biaya tetap per minggu $Rp. 18.500$. Dalam satu minggu rata-rata produsen melakukan proses pengolahan ikan sebanyak 4 kali, jadi biaya tetap yang dikeluarkan per produksi sebesar $Rp.4.625,-$. Biaya tetap pengolahan ikan roa asap sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* adalah sama yaitu $Rp.4.625,-$.

Biaya Tidak Tetap atau Variable Cost (VC)

Biaya tidak tetap atau biaya variable merupakan biaya yang dikeluarkan yang besarnya selalu berubah-ubah sesuai dengan volume produksinya. Berdasarkan wawancara dengan responden biaya tidak tetap yang dikeluarkan sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal* tidak ada bedanya sama sekali. Hal ini mungkin dikarenakan Desa Kinabuhutan hanya merupakan pulau kecil yang letaknya jauh dari

keramaian sehingga tidak terdampak adanya *Covid19*. Dengan demikian jumlah biaya variable atau biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh pengolah ikan roa asap di Desa Kinabuhutan baik sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal* adalah sama seperti terlihat pada tabel 3

Tabel 3. Biaya Tidak Tetap pengolahan ikan roa per produksi sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* di Desa Kinabuhutan

No.	Uraian	R. 1	R. 2	R. 3
		Sebelum	Adanya	Covid-19
1.	Bahan baku (Rp500/ekor)	20.000.000	10.000.000	25.000.000
2.	Upah TK penjepit (Rp500/jepit)	1.000.000	500.000	1.250.000
3.	Upah TK pengasap (750/jepit)	1.500.000	750.000	1.875.000
4.	Bambu penjepit (Rp500/jepit)	1.000.000	500.000	1.250.000
5.	Bahan Bakar	260.000	130.000	325.000
6.	Total	23.760.000	11.880.000	29.700.000
	Total biaya tidak tetap		65.340.000	
	Rata-rata BTT per produksi		21.780.000	
		Saat	New	Normal
1.	Bahan baku (Rp500/ekor)	20.000.000	10.000.000	25.000.000
2.	Upah TK penjepit (Rp500/jepit)	1.000.000	500.000	1.250.000
3.	Upah TK pengasap (750/jepit)	1.500.000	750.000	1.875.000
4.	Bambu penjepit (Rp500/jepit)	1.000.000	500.000	1.250.000
5.	Bahan Bakar	260.000	130.000	325.000
6.	Total	23.760.000	11.880.000	29.700.000
	Total biaya tidak tetap		65.340.000	
	Rata-rata BTT per produksi		21.780.000	

Sumber : Data Primer diolah, (2020)

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa total biaya tidak tetap dalam usaha pengolahan ikan roa asap sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* bagi ketiga produsen di Desa Kinabuhutan adalah sama, ini mengindikasikan bahwa adanya *Covid-19* tidak berpengaruh atau tidak berdampak pada biaya variable atau biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh ketiga pengolah ikan yang ada di Desa Kinabuhutan, yaitu berjumlah Rp.65.340.000,- sehingga rata-rata per produksi untuk setiap produsen baik sebelum adanya *Covid-19* maupun saat *New Normal* adalah sama, yaitu sebesar Rp.21.780.000,-.

Biaya Total atau Total Cost (TC)

Biaya total merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi. Biaya yang dikeluarkan terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap, jadi biaya total pada produksi ikan roa asap ini merupakan penjumlahan antara biaya tetap dan biaya tidak tetap yang dikeluarkan. Total biaya yang dikeluarkan oleh pengolah ikan roa asap di Desa Kinabuhutan sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal* adalah sama, karena baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap juga tidak terpengaruh adanya *Covid 19*. Besarnya biaya total rata-rata per produksi dalam usaha pengolahan ikan roa asap di Desa Kinabuhutan yaitu Rp.4.625,-+ Rp.21.780.000,- = Rp.21.784.625,-.

Pendapatan di tingkat Produsen Sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal*

Pendapatan kotor produsen diperoleh dari seluruh hasil produksinya dikalikan dengan harga jual hasil produksinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden pengolah ikan roa asap diketahui bahwa adanya *Covid-19* tidak berdampak terhadap harga jual ikan roa asap, sehingga harga jual ikan roa asap sebelum adanya *Covid-19* maupun saat *New Normal* tidak berbeda atau sama yaitu Rp.20.000,-. Per jepitnya.

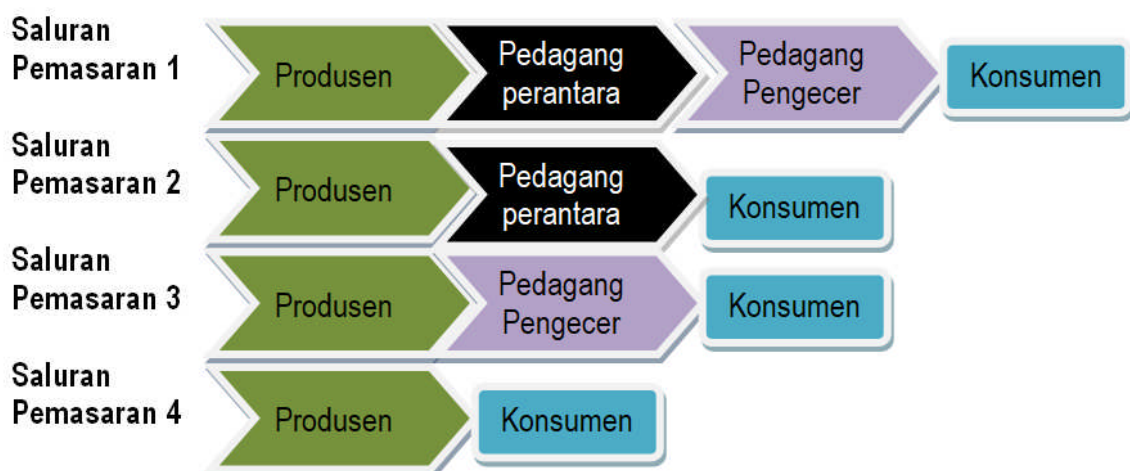
Apabila untuk memproduksi ikan roa asap per jepitnya diperlukan biaya sebesar Rp.12.000,- dan setiap jepit ikan roa asap dijual dengan harga Rp.20.000,- maka pendapatan bersih atau keuntungan produsen pengolah ikan asap di Desa Kinabuhuta per jepitnya adalah sebesar Rp.8.000,-. Namun ini apabila di pasarkan di daerah Kinabuhutan saja

Namun apabila akan dipasarkan ke luar Kinabuhutan perlu adanya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen yaitu biaya transportasi perahu dari Kinabuhutan ke Likupang. Perhitungan biaya yang dikeluarkan adalah untuk ikan roa asap sebanyak 100 jepit biaya transportasinya Rp.240.000,-. Dengan demikian biaya pemasaran ikan roa asap di tingkat produsen pengolah ikan yang dijual diluar wilayah Kinabuhutan per jepitnya adalah sebesar Rp.240.000,- dibagi 100 yaitu Rp.2.400,-. Dengan demikian total biaya yang dikeluarkan produsen yaitu biaya produksi ditambah biaya pemasaran, yaitu Rp.12.000,- + Rp.2.400,- = Rp.14.400,- per jepitnya. Dengan demikian keuntungan produsen apabila dipasarkan diluar wilayah Kinabuhutan menjadi berkurang karena harus dikurangi dengan biaya pemasaran yang ditanggung oleh produsen. Jadi keuntungan produsen hanya Rp.20.000,- dikurangi Rp.14.400,- yaitu Rp.5.600,-

Pemasaran Ikan Roa Asap sebelum adanya Covid-19 dan Saat New Normal

Pemasaran dapat diartikan sebagai runtutan kegiatan atau jasa untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen. Komponennya adalah: a) Kegiatan yang disebut jasa merupakan fungsi yang merubah produk berdasarkan bentuk, waktu, tempat atau kepemilikan; b) Produsen adalah asal produk dijual pertama yakni produsen; c) Konsumen merupakan tujuan akhir dalam transaksi pasar (Anindita, 2003).

Hasil produksi ikan roa asap di Desa Kinabuhutan melebihi permintaan konsumen setempat, sehingga daerah atau wilayah pemasarannya dikembangkan keluar dari Pulau Kinabuhutan. Berdasarkan wawancara dengan responden produsen pengolah ikan roa asap diketahui bahwa hasil produksinya dijual ke wilayah Kota Bitung, Airmadidi, Manado, Tomohon dan Likupang melalui pedagang-pedagang perantara. Adapun saluran pemasaran ikan roa asap sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Ikan Roa Asap sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal*

Pada gambar 2 terlihat bahwa saluran pemasaran ikan roa asap yang berasal dari Desa Kinabuhutan baik sebelum adanya *Covid-19* maupun saat *New Normal* sama, baik jumlah saluran pemasarannya maupun panjang pendeknya tiap saluran pemasaran yaitu mempunyai 4 saluran pemasaran. Saluran pemasaran 1 dari produsen pengolah ikan roa asap ke pedagang perantara lalu ke pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen akhir. Saluran pemasaran 2 yaitu dari produsen pengolah ikan roa asap ke pedagang perantara lalu ke konsumen akhir. Mayoritas konsumen akhir yang membeli ikan roa asap yang dari pedagang pengumpul adalah konsumen yang mempunyai usaha rumah makan atau warung makan sehingga mereka membeli dalam jumlah yang cukup banyak.

Saluran pemasaran 3 yaitu dari produsen ke pedagang pengecer lalu ke konsumen akhir, biasanya pedagang pengecer yang membeli langsung dari produsen adalah pedagang pengecer yang berada di daerah Likupang karena perahu produsen sandar tidak jauh dari pasar Likupang sehingga pedagang pengecer menjemput langsung ke perahu yang kemudian dijual di pasar Likupang. Saluran pemasaran yang paling pendek adalah saluran pemasaran yang ke 4 karena dari produsen langsung ke konsumen akhir, dan ini adalah konsumen yang berada di Desa Kinabuhutan karena dekat dengan tempat pengolahan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden ternyata tidak ada perbedaan baik jumlah yang dibeli maupun harga serta langganan yang membeli hasil produksinya. Dengan demikian saluran pemasaran yang ada baik sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal* tetap sama tidak ada bedanya.

Biaya Pemasaran di Tingkat Produsen

Dalam memasarkan ikan roa asap hasil produksinya, produsen harus mengeluarkan biaya lagi untuk mengantar ikan roa asap ke pembeli di pantai Likupang. Biaya itu berupa biaya transportasi dari Kinabuhutan ke Likupang dan biaya ini merupakan biaya pemasaran yang ditanggung oleh produsen dalam memasarkan hasil produksinya. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen yaitu hanya biaya transportasi perahu dari Kinabuhutan ke Likupang. Biaya ini tidak terpengaruh dengan adanya *Covid-19*, jadi baik sebelum adanya *Covid-19* maupun saat *New Normal* biaya atau tarip yang dikenakan tetap sama, untuk ikan roa asap sebanyak 100 jepit biaya transportasinya Rp.240.000,-. Dengan demikian biaya pemasaran ikan roa asap di tingkat produsen pengolah ikan yang dijual diluar wilayah Kinabuhutan per jepitnya adalah sebesar Rp.240.000,- dibagi 100 yaitu Rp.2.400,-. Disini keuntungan produsen adalah Rp.20.000,- dikurangi Rp.14.400,- yaitu Rp.5.600,-

Biaya pemasaran di tingkat pedagang perantara

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden pedagang perantara saat ditemui sewaktu transaksi di pantai Likupang, diketahui bahwa tidak ada perbedaan baik jumlah barang yang dibeli maupun harga pembelian pada saat sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal*. Bedanya saat *New Normal* sekarang selalu memakai masker untuk keluar rumah dan sering cuci tangan.

Biaya yang dikeluarkan di tingkat pedagang perantara sama, baik sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal*, yaitu bervariasi tergantung pada daerah pemasarannya, pada umumnya biaya pemasaran pedagang perantara yang dikeluarkan hanya untuk biaya sewa kendaraan dan makan saja. Sewa kendaraan taripnya juga berbeda-beda tergantung dari wilayah tujuan dan jenis kendaraannya. Biaya makan rata-rata mereka sama karena mereka makan di warung di pinggir Pantai Likupang sambil

nunggu perahu datang, dengan minum kopi dan kue atau gorengan. Agar lebih jelasnya jumlah biaya yang dikeluarkan di tingkat pedagang perantara pada saat sebelum adanya Covid 19 maupun saat *New Normal* tiap wilayah pemasaran dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4. Biaya pemasaran per jepit di tingkat pedagang perantara sebelum adanya Covid 19 maupun saat *New Normal* per wilayah pemasaran

No.	Keterangan	Bitung	Airmadidi	Manado	Tomohon
		Sebelum	Adanya Covid-19		
1	Sewa Kendaraan (Rp)	250.000	150.000	300.000	400.000
2	Makan/ kopi+kue (Rp)	25.000	25.000	30.000	50.000
3	Total (Rp)	275.000	175.000	330.000	450.000
4	Barang yang diangkut (Jepit)	1.200	1.000	2.000	2.000
5	Biaya per jepit (Rp)	230	175	165	225
6	Harga beli per jepit (Rp)	20,000	20,000	20,000	20,000
7	Modal per jepit	20,230	20,175	20,165	20,225
8	Harga jual per jepit (Rp)	26,000	25,000	26,000	27,000
9	Margin di tingkat Pedagang Perantara (Rp)	5.770	4.825	5.835	6.775
		Saat New	Normal		
1	Sewa Kendaraan (Rp)	250.000	150.000	300.000	400.000
2	Makan/ kopi+kue (Rp)	25.000	25.000	30.000	50.000
3	Total (Rp)	275.000	175.000	330.000	450.000
4	Barang yang diangkut (Jepit)	1.200	1.000	2.000	2.000
5	Biaya per jepit (Rp)	230	175	165	225
6	Harga beli per jepit (Rp)	20,000	20,000	20,000	20,000
7	Modal per jepit	20,230	20,175	20,165	20,225
8	Harga jual per jepit (Rp)	26,000	25,000	26,000	27,000
9	Margin di tingkat Pedagang Perantara (Rp)	5.770	4.825	5.835	6.775

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang perantara sebelum adanya Covid-19 dan saat *New Normal* adalah sama, tidak ada perubahan baik harga maupun macam pengeluarannya. Pedagang perantara yang dari Bitung biaya untuk sewa kendaraan pick up sebesar Rp.250.000,- dan makan Rp.25.000,- dengan muatan 1.200 jepit, sedangkan pedagang perantara yang dari Manado biaya untuk sewa kendaraan pick up sebesar Rp.300.000,- dan makan Rp.30.000,- dengan muatan 2.000 jepit. Dengan demikian biaya di tingkat pedagang perantara per jepit untuk wilayah pemasaran Bitung Rp. 230,-, sedangkan untuk wilayah pemasaran Manado Rp.165,-. Bagi pedagang perantara yang di Airmadidi sewa kendaraan hanya Rp.150.000,- karena jaraknya lebih dekat, dan biaya makan sama yaitu Rp.25.000,- jadi total Rp.175.000,-. Ikan roa asap yang diangkut sebanyak 1.000 jepit, sehingga biaya per jepitnya Rp.175,-. Terakhir untuk pedagang perantara wilayah pemasaran Tomohon Biaya sewa kendaraan sampai Rp.400.000,- dan makan 2 orang Rp.50.000,- jadi total biayanya Rp.450.000,- sedangkan ikan roa Asap yang diangkut mencapai 2.000 jepit. Dengan demikian biaya per jepitnya adalah Rp.225,-.

Pedagang perantara menjual barang dagangannya berupa ikan roa asap dengan harga yang berbeda untuk tiap-tiap wilayah pemasaran. Bagi wilayah pemasaran Bitung rata-rata dijual dengan harga Rp.26.00,- sama dengan wilayah pemasaran kota Manado. Sedangkan untuk wilayah pemasaran Airmadidi ikan roa asap dijual dengan harga Rp.25.000,- dan Tomohon Rp.27.000,-. Dengan demikian margin yang diperoleh setiap pedagang perantara juga berbeda, seperti terlihat pada tabel 8, yaitu untuk pedagang perantara dari Bitung memperoleh margin sebesar Rp. 5.770,-, yang dari Airmadidi Rp.4.825,- dan yang dari Manado Rp.5.835 serta yang dari Tomohon Rp.6.775,-

Biaya pemasaran di tingkat pedagang pengecer

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden pedagang pengecer di pasar juga diketahui bahwa tidak ada perbedaan baik jumlah barang yang dibeli maupun harga pembelian pada saat sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *New Normal*. Bedanya saat *New Normal* sekarang banyak pembeli yang memakai masker namun rata-rata pedagang tidak memakai masker, ada yang alasannya susah nafas, ada yang bilang sudah kabal ada yang repot dan macam-macam alasan lain. Saat *New Normal* konsumen ibu rumah tangga yang membeli ikan roa asap di pasar agak berkurang, namun justru pedagang keliling yang dipesani ibu-ibu yang membeli dalam jumlah lebih dari saat sebelum adanya *Covid-19*.

Biaya yang dikeluarkan pada pedagang pengecer yang berada di pasar pada umumnya hanyalah biaya untuk makan dan minum saja karena ikan roa asap diantar oleh pedagang perantara langsung berdasarkan pesanan. Biaya untuk makan dan minum kopi serta kue per hari bagi pedagang pengecer yang berada di pasar rata-rata sama di seluruh wilayah pemasaran yaitu Rp.30.000,- karena itu merupakan standar umum biaya mereka selama di pasar. Namun harga pada tiap-tiap pedagang pengecer bervariasi menurut wilayah pemasarannya. Rata-rata pedagang pengecer ikan roa asap di pasar bukan hanya menjual ikan roa asap saja melainkan juga menjual hampir segala macam jenis ikan asin sehingga biaya pemasarannya tidak dapat dibebankan pada penjualan ikan roa asap saja namun berbagi dengan macam ikan olahan lain.

Penjual pengecer ikan roa asap rata-rata menjual sekitar 20 jenis ikan asin dari berbagai macam jenis, dari ikan teri sampai berbagai jenis ikan karang yg sudah di asinkan dengan berbagai tingkat harga penjualan. Oleh karena itu dalam analisis biaya pemasaran oleh pedagang pengecer per jenis ikan yang diperoleh yaitu Rp.30.000,- dibagi 20 jenis ikan yang dijual sehingga per jenis dibebankan biaya sebesar Rp.1.500,- Demikian juga ikan roa asap yang berhasil dijual oleh setiap pedagang pengecerpun tidak sama, hal ini akan mempengaruhi biaya pemasaran per jepitnya. Agar lebih jelasnya biaya pemasaran per jepit dan margin di tingkat pedagang pengecer per wilayah pemasaran dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 5. Biaya pemasaran per jepit di tingkat pedagang pengecer per wilayah pemasaran

No.	Keterangan	Bitung	Airmadidi	Manado	Tomohon	Likupang
1	Biaya pemasaran/hari (Rp)	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
2	Rata-rata terjual/hari (Jepit)	20	10	20	15	10
3	Biaya pemasaran/jepit (Rp)	75	150	75	100	150
4	Harga beli per jepit (Rp)	26,000	25,000	26,000	27,000	20.000
5	Modal per jepit (Rp)	26,075	25,150	26,075	27,100	20.150
6	Harga jual per jepit (Rp)	30.000	28,500	30,000	32,000	25.000
7	Margin di tingkat Pedagang Pengecer (Rp)	3.925	3.350	3.925	4.900	4.850

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa harga jual ikan roa asap pada masing-masing pasar berbeda, namun ikan roa asap di Bitung dan di Manado dijual dengan harga yang sama, yaitu rata-rata dijual Rp.30.000,- per jepit. Sedangkan di pasar Airmadidi dijual dengan harga Rp.28.500,- dan di Tomohon harga jualnya adalah Rp.32.000,- serta yang paling murah di pasar Likupang yaitu Rp.25.000,-. Pedagang pengecer dipasar Likupang berani menjual dengan harga lebih murah karena pedagang pengecer membeli langsung dari produsen yang berasal dari Desa Kinabuhutan. Namun demikian margin yang diperoleh pedagang pengecer tidak sama, yaitu pedagang pengecer dari Bitung memperoleh margin sebesar Rp. 3.925,- sama dengan yang dari Manado sedangkan

yang dari Airmadidi Rp. 3.350,- dan yang dari Tomohon Rp. 4.900,- serta dari Likupang Rp. 4.850,-

Analisis Margin

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin pemasaran adalah biaya-biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat dari permintaan dan penawaran jasa-jasa pemasaran. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran atau biaya fungsional dan keuntungan lembaga pemasaran (Wibowo, 2014).

Margin pemasaran adalah biaya-biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat dari permintaan dan penawaran jasa-jasa pemasaran (Wibowo, 2014). Tingginya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga eceran (harga yang dibayar oleh konsumen) dan harga pada tingkat produsen. Untuk mengukur biaya pemasaran digunakan margin pemasaran yaitu selisih harga yang dibayarkan kepada produsen dengan harga yang diberikan oleh konsumen. *Margin* yaitu perbedaan antara harga yang di bayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar pembeli terakhir (Bawinto *dkk*, 2016). Saat perusahaan membeli produk pada harga tertentu dan mencoba untuk menjual pada harga yang lebih tinggi, maka perbedaan antara harga beli dan harga jual disebut margin.

Berdasarkan analisis diketahui besarnya margin yang diperoleh produsen dan pedagang perantara serta pedagang pengecer pada tiap-tiap wilayah pemasaran. Agar lebih jelasnya hasil analisis margin dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 6. Margin Pemasaran Ikan roa Asap di Setiap Wilayah Pemasaran

BITUNG				
Uraian	Harga jual produsen (Rp)	Harga beli konsumen (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	Produsen's share (%)
Saluran 1	20.000	30.000	10.000	67
Saluran 2	20.000	26.000	6.000	77
AIRMADIDI				
Uraian	Harga jual produsen (Rp)	Harga beli konsumen (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	Produsen's share (%)
Saluran 1	20.000	28.500	8.500	70
Saluran 2	20.000	26.000	6.000	77
MANADO				
Uraian	Harga jual produsen (Rp)	Harga beli konsumen (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	Produsen's share (%)
Saluran 1	20.000	30.000	10.000	67
Saluran 2	20.000	26.000	6.000	77
TOMOHON				
Uraian	Harga jual produsen (Rp)	Harga beli konsumen (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	Produsen's share (%)
Saluran 1	20.000	32.000	12.000	62,5
Saluran 2	20.000	27.000	7.000	74
LIKUPANG				
Uraian	Harga jual produsen (Rp)	Harga beli konsumen (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	Produsen's share (%)
Saluran 3	20.000	25.000	20.000	80
KINABUHUTAN				
Uraian	Harga jual produsen (Rp)	Harga beli konsumen (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	Produsen's share (%)
Saluran 4	20.000	20.000	0	100

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Pada tabel 6 terlihat bahwa pemasaran ikan roa asap yang paling efisien adalah pada saluran 4 karena merupakan saluran pemasaran yang paling pendek yaitu dari produsen langsung ke konsumen, dan ini hanya ada di Desa Kinabuhutan. Saluran 4 juga merupakan saluran yang paling efisien karena mempunyai margin sama dengan 0 yaitu yang dibayarkan konsumen sama dengan yang diterima produsen.

Namun seperti juga sudah dibahas sebelumnya kalau hasil produksi ikan roa asap yang ada di Desa Kinabuhutan melebihi jumlah permintaan yang ada sehingga mengharuskan untuk dipasarkan keluar dari Kinabuhutan, dan ini membutuhkan biaya pemasaran yang dapat mengurangi keuntungan produsen. Apabila para produsen bersatu atau ada lembaga pemasaran khusus di Desa Kinabuhutan yang menangani ikan roa asap akan dapat memangkas biaya pemasaran yang dikeluarkan produsen karena biaya pemasarannya dapat ditanggung bersama. Selain itu lembaga pemasaran juga diharapkan dapat memangkas saluran pemasaran yang panjang karena dapat langsung berhubungan dengan pedagang pengecer.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Saluran pemasaran ikan roa asap yang berasal dari Desa Kinabuhutan sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* adalah sama berjumlah 4, yaitu Saluran 1: Produsen → pedagang perantara → pedagang pengecer → konsumen; Saluran 2: Produsen → Pedagang Perantara → konsumen; Saluran 3: Produsen → Pedagang Pengecer → konsumen; Saluran 4: Produsen → Konsumen dan ini hanya ada di daerah produsen yaitu Kinabuhutan.
2. Hasil dari analisis margin pada tiap saluran pemasaran sebelum adanya *Covid-19* dan saat *New Normal* juga tidak berbeda, yaitu saluran 4 merupakan saluran yang paling efisien karena mempunyai margin sama dengan 0 yaitu yang dibayarkan konsumen sama dengan yang diterima produsen. *Covid-19* juga tidak berdampak terhadap harga penjualan ikan roa asap. Harga di tingkat produsen sama yaitu Rp. 20.000,- namun di tingkat pedagang perantara dan pedagang pengecer berbeda menurut wilayah pemasarannya.
3. Adanya *Covid 19* tidak berdampak terhadap pemasaran ikan roa asap yang berasal dari Desa Kinabuhutan, karena margin dan jumlah saluran pemasaran yang ada sama sebelum adanya *Covid 19* maupun saat *Nev Normal*. Demikian juga harga jual ikan roa asap tetap, tidak berubah sama sekali

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan Mardjudo dan Ade Ayu, 2019. Nilai Tambah Dan Saluran Pemasaran Ikan Julung-Julung (*Hemirhamphus* Sp) Asap Di Desa Buajangka Kecamatan Bungku Selatan Kabupaten Morowali Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Pengolahan Pangan* 4 (2) 51-58, Desember 2019, e-ISSN: 2621-6973. p-ISSN: 2527-5631.
- Allen, G. 1999. *Marine Fishes of South-East Asia: A field guide for anglers and divers*. Periplus Editions (HK) Ltd. Singapore.
- Anindita, 2003. "Dasar – dasar Pemasaran Hasil Pertanian". Malang : Universitas Brawijaya.
- Apriono, D, E, Dolorosa, dan Imelda. 2012. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Jaya Kabupaten Kubu Jaya. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* Vol.1, No.3: 29-36.
- Arinong, A. R. dan E. Kadir. 2008. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kakao Di Desa Timbuseng, Kecamatan Pattalassang, Kabupaten Gowa. *Jurnal Agrisistem* Vol. 4, No.2: 87 – 93.

- Bawinto, Y. O., S. Suhaeni dan M. H. Wagiu. 2016. Sistem Pemasaran Ikan Cakalang Fufu Di Kelurahan Sindulang Satu Kota Manado. *Jurnal Akulturasi Agrobisnis Perikanan*, Vol. 4 No (April 2016) ISSN.2337-4195
- Candra, Ady. 2020. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Perikanan Tangkap Global <https://adycandra.com/dampak-pandemi-covid-19-pada-usaha-perikanan-tangkap-global/>.
- Cresswell., John, W. 2009. *Research Design Pendekatan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Penterjemah Achamd Fawaid. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Djailani, One. 2020. Terdampak Covid-19, Sektor Perikanan Maluku Utara Butuh Stimulus <https://rri.co.id/ekonomi/818716/terdampak-covid-19-sektor-perikanan-maluku-utara-butuh-stimulus>.
- Ismail G., S. Supardi, dan S. Wahyuningsih. 2008. *Analysis Efficiency Marketing System of Fresh Layang Fish (Decapterus russeli) on Pelabuhan Fish Auction Place in Tegal City*. *Jurnal MEDIAGRO* 39 Vol. 4 No. 2: 39 – 50.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Mantjoro, 2010. *Bahan Ajar Manajemen Pengembangan Usaha Perikanan*. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. UNSRAT.
- Mardjudo dan Ayu, 2019. Nilai Tambah dan Saluran Pemasaran Ikan Julung-Julung (*Hemirhamphus Sp*) Asap di Desa Buajangka Kecamatan Bungku Selatan Kabupaten Morowali Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Pengolahan Pangan*, 4(2), 51-58.
- Murniyati dan Sunarman, 2000. Teknik Pengasapan Ikan. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Pamikiran A., O. Pontoh, dan D.R.R. Aling. 2013. Pemasaran Ikan Tuna (*Thunnus albacores*) Studi Kasus di Pasar Bersehati, Kelurahan Calaca, Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Platax Vol.1 No.2: 54 – 59*.
- Saanin, 1984. Taksonomi dan Kunci Identifikasi Ikan. Jilid 1 dan 2. Bina Cipta, Jakarta.
- Simbolon. 2011. Penyebaran dan Keragaman Populasi Ikan Roa/Julung-Julung (*Hemirhamphus sp.*).
- Suhaeni S., Soemarno, Nuddin Harahap, S. Berhimpon. 2014. The Empowerment Model of Skipjack Tuna Fish (Cakalang Fufu) Processing Small Industry in Bitung City. *Journal of Research in Environmental and Earth Volume 1 ~ Issue 42014* pp:09-151 ISSN (Online):2348-2532 www.questjournals.org.
- Triyanti, R. dan N. Shafitri. 2012. Kajian Pemasaran Ikan Lele (*Clarias sp*) dalam Menunjang Industri Perikanan Budidaya (Studi kasus di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah). KKP Jakarta. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan Vol. 7 No.2: 177 – 191*.
- Umar, Z. A. 2012. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ikan Tuna Olahan pada PT. Betel Citra Seyan Gorontalo. *Jurnal Inovasi Vol. 9 No.1: 1 – 26*.
- Wibowo, 2014. Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Komoditas Ikan Bandeng di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).