

SISTEM PEMASARAN IKAN CAKALANG ASAP DI KELURAHAN MOLAS KECAMATAN BUNAKEN KOTA MANADO

Nurlela Tidore¹; Srie J. Sondakh²; Olvie Vanda Kotambunan²; Swenekhe S. Durand²;
Martha P. Wasak²

¹Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado

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

Koresponden email: nurlelatidore99@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the marketing margin of smoked skipjack in Molas Village, Bunaken District, Manado City and can provide benefits regarding the marketing system of smoked skipjack tuna in Molas Village so that it can see the difference in the price paid to producers and the price given by consumers. And become information material for fishermen and the community who are interested in pursuing the smoked skipjack business. The basic method used in this research is a case study. The data collected consists of primary data and secondary data and then analysed using qualitative descriptive analysis and quantitative descriptive analysis. For marketing margin analysis using a simple calculation as follows with the formula $M_p = P_r - P_f$. The results of the research on the marketing system of smoked skipjack tuna in Molas Village there are 3 types of smoked skipjack marketing channels including: Marketing Channel One, namely from producers to consumers. Thus, the marketing margin = 0. Marketing Channel Two, In channel two, namely from producers to new collectors to final consumers. The marketing margin on the second channel is the price at the collecting traders minus the price from the producer, namely: Rp. 50,000.00 – Rp. 25,000.00 = Rp. 25,000.00. Marketing Channel Three, In the third marketing channel, namely from producers to collectors and to retailers and then to final consumers. The marketing margin on the third channel is the price at the collectors and retailers minus the price from the producer, namely: Rp. 55,000.00 – Rp. 50,000.00 = Rp. 5,000.00.

Keywords: marketing system, margin, smoked fish

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui margin pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Molas Kecamatan Bunaken Kota Manado serta dapat memberikan manfaat mengenai dengan sistem pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Molas sehingga bisa melihat selisih harga yang dibayarkan kepada produsen dengan harga yang diberikan oleh konsumen. dan menjadi bahan informasi bagi nelayan dan masyarakat yang berminat menekuni usaha ikan cakalang asap. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif Untuk analisis margin pemasaran menggunakan perhitungan sederhana sebagai berikut, dengan rumus $M_p = P_r - P_f$. Hasil dari penelitian tentang sistem pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Molas terdapat 3 jenis saluran pemasaran ikan cakalang asap antaranya : Saluran Pemasaran Satu, yaitu dari produsen ke konsumen. Dengan demikian margin pemasarannya = 0. Saluran Pemasaran Dua, Pada saluran dua yaitu dari produsen ke pedagang pengumpul baru ke konsumen akhir. Margin pemasaran pada saluran ke dua yaitu harga pada pedagang pengumpul dikurangi harga dari produsen yaitu : Rp 50.000,00 – Rp 25.000,00 = Rp 25.000,00. Saluran Pemasaran Tiga , Pada saluran pemasaran tiga yaitu dari produsen ke pedagang pengumpul dan ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir. Margin pemasaran pada saluran ke tiga yaitu harga pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dikurangi harga dari produsen yaitu : Rp 55.000,00 – Rp 50.000,00 = Rp 5.000,00.

Kata kunci: Sistem pemasaran, margin, ikan asap

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor penting bagi Indonesia, sektor ini mampu menyerap dan menciptakan perputaran ekonomi di lingkungan masyarakat khususnya para nelayan dan penjual ikan. Kegiatan perikanan merupakan kegiatan ekonomi, oleh sebab itu kegiatan produksi, pemasaran, dan konsumsi ada di dalamnya. Salah satu kegiatan perikanan yang ada di Sulawesi Utara adalah produksi dan pemasaran ikan asap. Kegiatan memproduksi dan memasarkan ikan asap tidak terlepas dari kegiatan penyimpanan dan pemesanan yang dilakukan oleh penjual dari pengolah produk ikan asap tersebut (Bue dkk., 2016).

Hasil perikanan merupakan komoditi yang cepat mengalami kemunduran mutu, atau mengalami pembusukan, karena ikan mempunyai kandungan protein (18-30%) dan air yang cukup tinggi (70-80%) sehingga merupakan media yang baik bagi perkembangan bakteri pembusuk terutama dalam keadaan segar, sehingga ikan perlu diawetkan, (Moeljanto, 1992 *dalam* Apena *dkk*, 2016). Ada berbagai macam jenis pengawetan ikan, antara lain dengan cara: penggaraman, pengeringan, pemanasan dan pengasapan ikan (Desroiser, 1998 *dalam* Karyadi *dkk*, 2010).

Usaha pengolahan produk hasil perikanan dapat dilakukan secara modern dengan peralatan dan teknologi yang maju atau secara tradisional tanpa teknologi dan peralatan yang maju. Umumnya usaha pengasapan ikan masih dilakukan secara tradisional atau dilakukan dalam taraf industri rumah tangga yang berskala kecil berdasarkan kekuatan modal, peralatan dan teknologi yang masih Sederhana, serta jumlah tenaga kerja yang terbatas (Permatasari, 2001).

Pengasapan ikan merupakan penggabungan dari proses penggaraman, pengeringan, dan pemberian asap. Ikan cakalang yang diasap memiliki beberapa keuntungan yaitu memberikan efek pengawetan, mempengaruhi citarasa, memanfaatkan hasil tangkap yang berlebih ketika hasil tangkapan berlimpah hal ini memungkinkan ikan untuk disimpan lebih lama, unsur yang paling berperan adalah asap yang dihasilkan dari hasil pembakaran kayu, tempurung maupun sabut kelapa (Apena *dkk.*, 2016).

Sulawesi Utara khususnya Manado lebih dikenal dengan nama ikan cakalang fufu untuk menyebut ikan cakalang asap. Kelurahan Molas adalah salah satu Kelurahan di Kota Manado yang salah satu penduduknya mempunyai usaha pengolahan ikan asap dengan cara tradisional dan cukup dikenal oleh masyarakat Kota Manado. Produk ikan cakalang asap merupakan produk yang sudah lama dikembangkan dan digemari oleh masyarakat Kota Manado.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus dilakukan dengan cara mempelajari/mendalami suatu kasus tertentu dengan mengumpulkan beragam sumber informasi (Raco, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah produsen ikan cakalang asap yang berada di Kelurahan Molas Kecamatan Bunaken dan pedagang yang memasarkannya. Pengambilan data dilakukan secara sensus yaitu cara pengambilan data secara menyeluruh atau data diambil dari 6 tempat pengolah ikan asap tetapi lebih khususnya pada ikan cakalang asap yang utuh dan pedagang yang memasarkannya menjadi populasi dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung terhadap obyek yang menjadi tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan secara langsung dengan produsen dan pedagang ikan cakalang asap di Kelurahan Molas berdasarkan survey, observasi dan kuesioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan maupun literatur yang berhubungan yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis

Analisis Data

Rencana analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan 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 yang sederhana. Seperti penjumlahan pengurangan dan pembagian serta prosentase. Untuk analisis margin pemasaran menggunakan perhitungan sederhana sebagai berikut (Tubagus, 2011).

$$Mp = Pr - Pf \dots\dots\dots 1$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran.

Pr = Harga di tingkat konsumen.

Pf = Harga di tingkat produsen/nelayan.

Analisis efisiensi pemasaran persamaannya dapat dihitung sebagai berikut:

$$Ep = \frac{Bp}{He} \times 100 \dots\dots\dots 2$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi pemasaran

Bp = Biaya pemasaran

He = Harga eceran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Kelurahan Molas

Kelurahan Molas merupakan salah satu Kelurahan yang ada di Kecamatan Bunaken kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. Asal usul Kelurahan Molas, berasal dari kata Molasa yang merupakan nama sungai. Terminologi Molasa merupakan perubahan bentuk dari cara pengucapan kata Bolasa, di mana Bolasa adalah nama leluhur Bantik. Ia berasal dari leluhur artinya (Sagei dan Babo) datang dari gunung bantik di dekat Desa Warembungan. Mereka ke lokasi yang kemudian dikenal dengan nama Molas, tujuan mereka untuk berkebun ketika tiba dilokasi yang masih hutan rimba Sagei dan Babo. Meskipun nama Molas diambil dari nama Bolasa (huruf B diganti dengan M), namun tanah yang menjadi pemukiman Molas bukan miliknya tetapi milik Sagei sedangkan tanah yang menjadi pemukiman desa Meras milik Babo.

Luas wilayah 912 ha dan jumlah penduduk sebanyak 667 jiwa yang terdiri dari 188 KK. Kecamatan Bunaken sendiri terdapat 5 Kelurahan yaitu Kelurahan Bailang, Kelurahan Meras, Kelurahan Molas, Kelurahan Pandu dan Kelurahan Tongkaina.

Batas-batas Kelurahan Molas yaitu:

- Sebelah Utara : Kelurahan Meras
- Sebelah Selatan : Kelurahan Bailang
- Sebelah Timur : Kelurahan Pandu
- Sebelah Barat : Pantai Kelurahan Tongkaina

Masyarakat Kelurahan Molas memiliki beragam suku diantaranya: Suku Gorontalo, Suku Minahasa dan Suku Sangihe, juga memiliki pekerjaan yang berbeda-beda, seperti nelayan, pedagang, pengasapan ikan dan ada yang bekerja sebagai pengemudi angkot, ojek online, pegawai negeri, pegawai swasta dan lain sebagainya.

Jarak Kelurahan Molas dengan pusat kurang lebih 10,5 km dengan waktu tempuh sekitar 30 menit. Hal ini menyebabkan ekonomi masyarakat terus bertumbuh yang ditandai

dengan aktifitas masyarakat yang terus bergerak dari pagi hingga malam. Pariwisata di Kelurahan Molas juga berada di kawasan konservasi karena masuk dalam Taman Nasional Bunaken (TNB) dan menjadi tempat transportasi bagi wisatawan yang ingin berlibur ke Pulau Bunaken.

Keadaan Usaha Pengolahan Ikan Cakalang Asap Di Kelurahan Molas

Kelurahan Molas, Kecamatan Bunaken merupakan salah satu tempat pengolahan ikan cakalang asap yang ada di kota Manado. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat 6 tempat pengolahan ikan cakalang asap yang ada di Kelurahan Molas dengan kepemilikan masing-masing. Semua pengusaha ikan cakalang asap yang ada di Kelurahan tersebut tidak membentuk kelompok atau organisasi untuk mendirikan usahanya. Bahan baku ikan mentah, diperoleh dari nelayan pajeko yang berada di pelelangan Kecamatan Tuminting, sehingga para pengusaha ikan cakalang asap yang ada di Kelurahan Molas tidak terlalu sulit untuk mengangkut ikan karena jarak yang dekat dengan tempat usaha mereka. Ikan cakalang yang sudah dibeli dari nelayan pajeko diangkut menggunakan mobil latbak terbuka dan di bawah ke tempat pengasapan untuk diolah dan dipasarkan.

Ikan cakalang merupakan salah satu komoditas perikanan tangkap dari perairan Sulawesi Utara. Pada berbagai jenis ikan laut, seperti ikan tuna, ikan malalugis dan ikan roa yang juga biasa diasap. Ikan cakalang dan tuna paling banyak diolah menjadi ikan asap karena rasanya enak dan banyak diminati oleh konsumen di Kota Manado serta kota dan desa di Sulawesi Utara.

Tempat usaha di Kelurahan Molas, memproduksi cakalang asap setiap hari dengan tujuan pasar rumah tangga serta pasar yang ada di Kota Manado. Hampir semua pasar-pasar tradisional di Kota Manado menyediakan ikan cakalang asap untuk penyediaan pangan bagi masyarakat kota, tapi juga menjadi salah satu oleh-oleh khas Manado.

Keadaan Responden

Guna mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat, sebelumnya perlu diketahui bagaimana keadaan responden. Responden yang dimaksud disini adalah pemilik usaha pengolahan ikan cakalang asap yang menjual hasil produknya sendiri langsung dipasar BERSEHATI. Data responden yang dipaparkan sebagai berikut:

Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan faktor yang tidak terlalu penting dalam menjalankan usaha pengasapan ikan, karena merupakan sektor informal. Jika seorang berpendidikan tinggi maka ia akan lebih memilih bekerja di perusahaan besar atau sektor formal. Industri pembuatan ikan asap tidak terlalu meningkatkan faktor pendidikan, karena dalam proses produksinya masih menggunakan cara tradisional yang bisa dilakukan semua orang, yang dituntut dalam usaha pengolahan ikan cakalang asap secara tradisional yaitu keterampilan, pengalaman dan semangat untuk bekerja. Untuk lebih jelas pendidikan pemilik usaha ikan cakalang asap dapat dilihat pada

Tabel 1. Tingkat Pendidikan Pemilik Usaha

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
1	SD	2	33
2	SMP	3	50
3	SMA	1	17
Jumlah		6	100

Sumber: Data Primer (2022)

Umur

Umur memegang peranan yang cukup penting karena dengan umur yang produktif maka tenaga kerja masih mampu dan kuat untuk menjalankan usahanya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) umur yang produktif antara 15-64 tahun di luar itu disebut sebagai umur yang tidak produktif, umur yang tidak produktif mengindikasikan produktifitas tenaga kerjanya sudah berkurang. Guna lebih jelasnya umur pemilik usaha dapat dilihat pada

Tabel 2. Umur Responden

No.	Umur Pemilik (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase
1	22-35	4	67
2	47-57	2	33
Jumlah		6	100

Sumber: Data Primer (2022)

Agama dan Suku

Agama menjadi faktor utama dalam menjalankan usaha, namun ketaatan beribadah seseorang akan tercermin dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan data yang dikumpulkan sebagian besar produsen ikan cakalang asap yang ada di Kelurahan Molas beragama Islam dan mereka berasal dari suku Gorontalo.

Konsumen

Konsumen adalah orang yang membeli ikan cakalang asap untuk diolah dan dikonsumsi. Jadi konsumen akhir di sini bisa berupa ibu-ibu rumah tangga, pegawai negeri, pedagang hasil bumi, rumah makan dan lain-lain.

Saluran Distribusi Pemasaran Ikan Cakalang Asap

Tempat Pemasaran

Pada umumnya hasil produksi ikan cakalang asap dijual langsung ke pasar tradisoanal seperti pasar BERSEHATI, ikan asap tersebut dibeli oleh pedagang ikan di pasar dan pedagang sayur keliling untuk dijual kembali ke konsumen akhir. Namun demikian ikan cakalang asap bisa juga diperoleh disupermarket seperti Golden Swalayan, Fresmart Swalayan, Multimart Swalayan dan masih banyak lagi tempat yang dapat ditemui untuk memperoleh cakalang di pasar-pasar tradisonal lainnya.

Sarana dan Prasaran

Sarana yang dipakai dalam pemasaran ikan cakalang asap yaitu mobil Pick up yang digunakan sebagai angkutan atau alat transportasi dengan prasarana jalan. Sarana dan prasarana ini sangat menunjang dalam kegiatan pemasaran ikan cakalang asap. Sarana transportasi ini sangat bermanfaat dalam pendistribusian hasil produksi ke konsumen.

Distribusi Pemasaran

Pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Molas dipasarkan dengan menjual langsung produk olahannya pada pedagang pengecer dan juga langsung dijual oleh pemilik usaha ke konsumen akhir melalui pendistribusian produknya di pasar tradisional. Dari pasar tradisional produsen menjual langsung ke konsumen akhir, berdasarkan hasil penelitian produsen pengolahan ikan cakalang asap yang ada di Kecamatan Bunaken Kelurahan Molas dapat digambarkan sebagai berikut:

Saluran Pemasaran Satu

Produsen Konsumen  Akhir

Berdasarkan gambar pola saluran distribusi di atas dapat dikemukakan, bahwa saluran pemasaran satu merupakan saluran pendek, yaitu produsen menjual produknya langsung kepada konsumen akhir. Dalam proses ini, ada konsumen yang datang ke produsen untuk membeli ikan di tempat asap secara langsung. Pembeli yang datang dapat memilih jenis dan ukuran ikan yang diinginkan. Biasanya ikan asap yang dibeli untuk konsumsi pribadi dan ada juga yang dikirim ke keluarga di luar daerah sebagai oleh-oleh. Pada saluran ini ditemukan bahwa memiliki satu saluran pemasaran yaitu dari produsen langsung ke konsumen. Harga dari produsen ke konsumen yaitu Rp. 30.000/kg, jadi harga yang diterima produsen sama dengan yang dibayar oleh konsumen.

Saluran Pemasaran Dua

Produsen  Pedagang Pengumpul  Komsumen Akhir

Berdasarkan gambar pola saluran distribusi di atas dapat dikemukakan, bahwa saluran pemasaran dua merupakan saluran sedang, yaitu produsen menjual produknya langsung ke pedagang pengumpul sebanyak yang dipesan. Dalam proses ini, pedagang pemborong akan mengemas ikan asap tersebut untuk dijual kembali ke pasar Swalayan, Rumah Makan/Restoran, Hotel, Lapas dan Rumah Sakit yang sudah menjadi langganannya. Pada saluran ini ditemukan bahwa memiliki satu saluran pemasaran yaitu dari produsen ke pedagang pemborong, harga dari produsen ke pedagang pemborong 25.000/kg dan dijual kembali oleh pemborong dengan harga 50.000/kg jadi yang diterima produsen sama dengan yang dibayar oleh pedagang pemborong.

Saluran Pemasaran Tiga

Produsen  Pedagang Pengumpul  Pedagang Pengecer  Konsumen Akhir

Berdasarkan gambar pola saluran distribusi di atas dapat dikemukakan, bahwa saluran pemasaran tiga merupakan saluran panjang, yaitu produsen dapat langsung menjual produknya ke pedagang pengecer yang ada dipasar BERSEHATI di antaranya pedagang di pasar dan pedagang sayur keliling sebanyak yang dibutuhkan untuk di jual ke kembali ke konsumen akhir. Dalam proses ini, semua ikan asap yang dibeli pedagang pengecer akan dijual kembali ke konsumen akhir, dengan aktivitas dan interaksi secara langsung antara pedagang dan pembeli.

Pedagang pengecer di pasar akan menjual di pasar dengan memasarkan ikan asap di tempat tenda masing-masing, berbeda dengan pedagang sayur keliling akan menggunakan motor untuk berjualan dan berkeliling di desa-desa, Kelurahan dan perumahan sampai dagangannya laku. Pada saluran ini ditemukan bahwa memiliki dua saluran pemasaran yaitu dari produsen ke konsumen dan dari produsen ke pedagang pengecer. Harga tetap sama dari produsen ke konsumen dan dari produsen ke pedagang pengecer yaitu Rp. 30.000/kg, dijual kembali oleh pedagang pengecer ke konsumen akhir

dengar harga yaitu 50.000/kg jadi yang diterima produsen sama dengan yang dibayar oleh konsumen akhir.

Margin Pemasaran

Margin adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Tingginya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga eceran (harga yang dibayar oleh konsumen) dan harga pada tingkat produsen. Guna 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 dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar pembeli terakhir. Pada 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. Berikut dapat dilihat margin pemasaran ikan cakalang asap.

1. Saluran Pemasaran Satu

Pada saluran satu, hanya mempunyai satu saluran pemasaran yaitu dari produsen ke konsumen karena pembeli datang ke tempat produksi untuk membeli ikan asap secara langsung. Dengan demikian margin pemasarannya = 0 karena yang dibayarkan konsumen dengan yang diterima produsen adalah sama.

2. Saluran Pemasaran Dua

Pada saluran dua mempunyai dua macam saluran pemasaran. Pada saluran pemasaran yang pertama yaitu dari produsen ke konsumen, di sini marginnya = 0 karena besarnya uang yang dibayarkan konsumen sama dengan yang diterima produsen. Pada saluran pemasaran dua yaitu dari produsen ke pedagang pengumpul baru ke konsumen akhir. Margin pemasaran pada saluran ke dua yaitu harga pada pedagang pengumpul dikurangi harga dari produsen yaitu: Rp. 50.000,00 – Rp. 25.000,00 = Rp. 25.000,00.

3. Saluran Pemasaran Tiga

Pada saluran pemasaran tiga mempunyai dua saluran pemasaran, saluran pemasaran yang pertama marginnya = 0 karena dijual langsung dari produsen ke konsumen. Pada saluran tiga yaitu dari produsen ke pedagang pengumpul dan ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir. Margin pemasaran pada saluran ke tiga yaitu harga pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dikurangi harga dari produsen yaitu: Rp. 55.000,00 – Rp. 50.000,00 = Rp. 5.000,00.

KESIMPULAN

Semua pengusaha ikan cakalang asap yang ada di Kelurahan Molas tersebut tidak membentuk kelompok atau organisasi untuk mendirikan usahanya, para pengusaha lebih memilih mengembangkan usahanya masing-masing. Sistem pemasaran yang digunakan masih tergolong sederhana dimana usaha tersebut dipimpin dan dikontrol langsung oleh pemilik usaha dengan dibantu oleh 3 sampai 5 orang tenaga kerja sebagai karyawan.

Saluran pemasaran yang ada di Kelurahan Molas ada tiga saluran pemasaran yaitu, yang pertama dari produsen langsung ke konsumen akhir, saluran kedua dari produsen ke pedagang pengumpul dan yang ketiga dari produsen ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer dan ke konsumen akhir.

Margin pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Molas pada saluran satu semua usaha marginnya sama yaitu = 0, karena produsen menjual langsung ke konsumen, pada saluran dua dan tiga produsen menjual pada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dengan harga Rp. 25.000/kg dan Rp. 30.000/kg, dan dijual kembali oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dengan harga Rp. 50.000/kg.

DAFTAR PUSTAKA

- Apena, M.A. Suhaeni, S. Lumenta, V. 2016. Analisis Finansial Usaha Pengolahan Ikan Cakalang Asap di Kelurahan Sindulang Satu. *Jurnal Akulturasi* Vol 4. No 1.
- Bue, D.R. Andaki, J.A. Aling, D.R.R. 2016. Analisis Finansial Usaha Ikan Asap *Pinekuhe* di Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal Akulturasi* Vol 4. No 1.
- Karyadi, R. Pranomo, Sulistyowati, 2010. Analisis Finansial dan Pendapatan Usaha Pengasapan Ikan "Mina Asri" Rumah Tangga di Kelurahan Tanjung Mas Kecamatan Semarang Utara Kota Semarang. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Farming Semarang.
- Permatasari, R.A. 2001. Analisis Finansial Usaha Pengolahan Produk Fish Nugget di Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor.
- Raco, J.R. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. GRASINDO. Jakarta
- Tubagus, Setiawan, W. 2011. Analisis Saluran Pemasaran Kacang Goyang (Studi Kasus di UD. Asli Totabuan Kotamobagu). Skripsi Fakultas Pertanian Unsrat Manado.