

ANALISIS RANTAI NILAI (*Value Chain*) IKAN BAWIS (*Siganus canaliculatus*) DI KOTA BONTANG

Anisa Nur Jannah¹, Endang Siti Rahayu², Sugiharti Mulya Handayani³
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami No. 36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp/Fax(0271)637457
Email: ¹anisanurjannah18@gmail.com, ²buendang@yahoo.com,
³sugihartimulya@staff.uns.ac.id

Abstract: *The research was conducted in Bontang City, aimed to determine the pattern of bawis fish marketing channel, added value to the value chain network, and improvement strategies (upgrading) of Bawis fish in Bontang City. The basic method of this research is descriptive qualitative. The method of determining the location is purposive. The method of determining the sample fishermen was carried out using quota random sampling with a total of 40 respondents. The marketing flow of sea bass is done by snowball sampling. The data analysis method uses value chain analysis (value chain) Kaplinsky and Morris (2001) combined with ACIAR (2012) and value added analysis uses the Hayami method (1987). The result of the research shows that there are 4 (four) patterns of trading channel for Bawis fish in Bontang City. The biggest added value was received by the pork processing industry with the product of bawis fish chips from marketing channel I with a ratio of 58.3%. Improvement of the value chain can be done by improving the agribusiness system from upstream to downstream. The government can help by providing counseling to value chain actors so that they can carry out light processing so that the selling price of Bawis fish products will be higher. Suggestions that can be given in this study are that fishermen, wholesalers, and retailers are expected to be able to carry out minor processing of Bawis fish products in order to change the selling value of Bawis fish products, so that they can help the economy of value chain actors.*

Keywords : *Bawis fish, value added, upgrading value chain, value chain*

Abstrak: Penelitian dilakukan di Kota Bontang, bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran ikan bawis, nilai tambah pada jaringan rantai nilai, dan strategi perbaikan (*upgrading*) ikan bawis di Kota Bontang. Metode dasar penelitian ini deskriptif kualitatif. Metode penentuan lokasi secara *purposive*. Metode penentuan nelayan sampel dilakukan dengan menggunakan *quota random sampling* dengan total responden 40 orang. Aliran pemasaran ikan bawis dilakukan dengan *snowball sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis rantai nilai (*value chain*) Kaplinsky dan Morris (2001) dikombinasikan dengan ACIAR (2012) dan analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami (1987). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 (empat) pola saluran tataniaga ikan bawis di Kota Bontang. Nilai tambah terbesar diterima oleh industri pengolah bawis dengan produk keripik ikan bawis dari saluran pemasaran I dengan rasio 58,3%. Perbaikan rantai nilai dapat dilakukan dengan perbaikan sistem agribisnis dari hulu ke hilir. Pemerintah dapat membantu dengan memberikan penyuluhan kepada para pelaku rantai nilai agar dapat melakukan pengolahan ringan agar harga jual dari produk ikan bawis akan lebih tinggi. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu nelayan, pedagang besar, dan pengecer diharapkan dapat melakukan pengolahan ringan terhadap produk ikan bawis agar dapat merubah nilai jual dari produk ikan bawis, sehingga dapat membantu perekonomian para pelaku rantai nilai.

Kata Kunci : *ikan bawis, nilai tambah, upgrading rantai nilai, rantai nilai*

PENDAHULUAN

Negara Indonesia berada pada perlintasan antar dua benua dan dua samudera dan memiliki potensi maritim yang baik (Ismail, 2019). Wilayah laut yang luas menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki potensi besar dalam bidang kelautan. Perikanan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki peran sebagai salah satu penyedia sumber pangan hewani dan bahan baku industri. Menurut Lasabuda (2013), potensi hasil sumberdaya perikanan kurang lebih sebanyak 6,4 juta ton per tahun. Salah satu kota yang memiliki wilayah perairan adalah Kota Bontang. Wilayah Kota Bontang yang berada di sekitar pesisir dengan luas wilayah perairan sebesar 349,7 Km² dengan hasil produksi perikanan yang tercatat di BPS di Kota Bontang mencapai 26.795,46 ton. Salah satu hasil tangkapan hasil laut di Kota Bontang adalah ikan bawis. Menurut Oktawati *et al.* (2019), ikan bawis (*Siganus canaliculatus*) termasuk ikan endemik yang banyak ditemukan di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Ikan bawis banyak dimanfaatkan oleh masyarakat di sekitar pesisir Kota Bontang untuk dijadikan sebagai sumber mata pencaharian.

Hasil tangkapan ikan bawis dapat meningkatkan kondisi perekonomian bagi masyarakat di Kota Bontang. Selain itu, ikan bawis ini dijadikan sebagai sajian makanan khas daerah dan dijadikan sebagai oleh-oleh khas Kota Bontang. Analisis rantai nilai merupakan salah satu pendekatan

untuk menambah aktivitas dan memperbesar nilai produk secara maksimal dalam tatanan rantai nilai. Pendekatan rantai nilai dapat dijadikan basis data untuk memulai sebuah perubahan atau pengembangan guna menyiapkan strategi pengembangan atau *upgrading* dari sebuah komoditas unggulan daerah. Pendekatan rantai nilai dapat dijadikan sebagai alat analisis untuk *upgrading* daya saing sebuah komoditas unggulan daerah karena memperhatikan seluruh siklus produksi hingga sampai ke pasar akhir.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola saluran pemasaran ikan bawis di Kota Bontang, mengetahui nilai tambah ikan bawis pada jaringan rantai nilai ikan bawis di Kota Bontang, dan mengetahui strategi perbaikan (*upgrading*) pemasaran ikan bawis di Kota Bontang.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar dan Penentuan Lokasi

Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kualitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah wawancara. Kegiatan wawancara dilakukan oleh pewawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian.

Metode Penentuan Lokasi

Penentuan sampel wilayah penelitian dilakukan dengan teknik *purposive* (sengaja). Menurut Sugiyono (2012), *purposive* merupakan cara penentuan dengan pertimbangan tertentu. Penentuan daerah sampel penelitian

ini diambil secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa ikan bawis hanya ditemukan di Kota Bontang. Habitat ikan bawis berada di perairan yang dangkal (Penyuluh Perikanan Kota Bontang, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa kondisi perairan di Kota Bontang cocok sebagai habitat ikan bawis sehingga banyak ditemukan ikan bawis di kawasan perairan Kota Bontang. Berdasarkan hal tersebut, Kota Bontang dirasa tepat dijadikan lokasi untuk penelitian ini. Lokasi kecamatan yang dijadikan sebagai wilayah penelitian ini yakni Kecamatan Bontang Selatan dan Kecamatan Bontang Utara.

Metode Penentuan Sampel

1. Metode Pengambilan Sampel Responden Nelayan

Penelitian ini menggunakan sampel 40 responden nelayan. Metode penentuan nelayan sampel dengan cara *quota sampling* yang dilakukan di 2 kecamatan yakni Kecamatan Bontang Utara dan Kecamatan Bontang Utara dengan masing-masing responden tiap kecamatan sebanyak 20 responden. Menurut Sugiyono (2016) *quota sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

2. Metode Penentuan Responden Lembaga Pemasaran

Pengambilan responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling*. Pengambilan

responden pada penelitian ini dilakukan dengan cara menelusuri saluran pemasaran ikan bawis di Kota Bontang yang dimulai dari nelayan hingga ke industri pengolah ikan bawis berdasarkan informasi yang didapatkan di lapangan.

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Wawancara menggunakan kuisisioner untuk mendapatkan data primer dari responden identitas responden, kegiatan responden, aliran rantai nilai, koordinasi dalam rantai nilai, peraturan dan regulasi, layanan informasi rantai nilai, peningkatan rantai nilai, dan margin pemasaran rantai nilai. Data sekunder diambil dari beberapa instansi berupa data jumlah nelayan dan hasil tangkapan ikan per kecamatan di Kota Bontang.

Metode Analisis Data

1. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*)

a) Analisis Titik Masuk Saluran (*Entry Point*)

Pada penelitian ini *entry point* pada analisis rantai ikan bawis di Kota Bontang ini fokus pada usaha tangkapan nelayan ikan bawis, perdagangan, dan industri pengolahan ikan bawis.

b) *Value Chain Mapping* (*actors and product flow, flow of income, flow of information*)

Value Chain Mapping atau pemetaan rantai nilai merupakan proses mengidentifikasi dan memetakan rantai nilai dari para pelaku ikan bawis.

2. Analisis Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Margin Pemasaran, *Producen Share*, dan Nilai Tambah

a) Analisis Biaya Pemasaran

Adapun biaya pemasaran menurut Mulyadi (2015) dirumuskan sebagai berikut :

$$Bp = Bp_1 + Bp_2 + \dots + Bp_n$$

Keterangan :

Bp ialah total biaya pemasaran ikan bawis (Rp/Kg); Bp₁, Bp₂, Bp_n ialah total biaya pemasaran setiap lembaga ikan bawis (Rp/Kg); dan 1,2,...,n ialah banyaknya lembaga pemasaran ikan bawis.

b) Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$Kp = Kp_1 + Kp_2 + \dots + Kp_n$$

Keterangan :

e) Analisis Nilai Tambah

Tabel 1. Rumus Perhitungan Nilai Tambah dengan Metode Hayami

Variabel	Nilai (Rp/Kg)
Harga Output	(1)
Harga Input	(2)
Faktor Konversi	(3)
Nilai Output	(4) = (3) x (1)
Nilai Tambah	(5) = (4) – (2)
Rasio Nilai Tambah	(6) = (5) / (4)

Sumber : Sudiyono, 2004

Kp ialah total keuntungan pemasaran ikan bawis (Rp/kg);

Kp₁, Kp₂, Kp_n ialah keuntungan setiap lembaga pemasaran ikan bawis (Rp/kg).

c) Analisis Margin Pemasaran

Perhitungan margin pemasaran adalah sebagai berikut :

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp ialah margin pemasaran ikan bawis (Rp/kg) ; Pr ialah harga di tingkat konsumen (Rp/kg) ; dan Pf ialah harga di tingkat produsen (Rp/kg).

d) *Producen Share*

Perhitungan dari *producen share* adalah sebagai berikut :

$$PS = Pf / Pr \times 100\%$$

Keterangan :

PS ialah bagian harga ikan bawis yang diterima produsen ; Pr ialah harga di tingkat konsumen ; dan Pf ialah harga di tingkat produsen

3. Solusi Perbaikan Rantai Nilai

Solusi perbaikan rantai nilai dilakukan dengan menggunakan metode rantai nilai (ACIAR, 2012) dengan cara mengamati kelemahan dan peluang yang dapat ditingkatkan dari kegiatan yang dilakukan dalam rantai nilai ikan bawis di Kota Bontang. Kelemahan dan peluang dapat diketahui dengan wawancara dan kegiatan yang dilakukan di lokasi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Luas wilayah Kota Bontang sebesar 497,57 km² dengan luas wilayah perairannya 347,77 km² atau 70,30% dari luas wilayah Kota Bontang. Kota Bontang merupakan wilayah pantai dengan perairan dangkal dan memiliki tinggi permukaan air laut berkisar 0,30 m – 2,50 m. Suhu udara di Kota Bontang berkisar antara 24,36°C – 27,52°C. Hasil produksi perikanan di Kota Bontang mencakup perikanan laut, budidaya laut, tambak, kolam, dan keramba. Hasil produksi perikanan di laut mencakup penangkapan ikan termasuk ikan bawis dan juga hasil tambak ikan yang dibudidayakan diatas laut.

Hasil Penelitian

1. Analisis Titik Masuk Saluran (Entry Point)

a) Karakteristik Nelayan Responden

Nelayan responden pada penelitian rantai nilai ikan bawis berada di kelompok umur produktif berkisar 15-64 tahun dengan rata-rata umur 41 tahun dengan presentase 97,5%. Jumlah anggota keluarga nelayan rata-rata sebanyak 5 orang dengan presentase 45% dari total responden. Tingkat pendidikan nelayan responden mayoritas (52,5%) berada pada tingkat SD. Dalam melakukan penangkapan ikan bawis, seluruh nelayan responden memiliki kapal pribadi untuk melakukan penangkapan ikan. Nelayan ikan bawis di Kota Bontang rata-rata memiliki pengalaman melaut berkisar 11-20 tahun dan mayoritas nelayan responden menjadikan nelayan menjadi pekerjaan pokok. Adapun cara penangkapan ikan yang dilakukan menggunakan 2 cara yakni dengan menggunakan belat dan menggunakan jaring, serta modal yang digunakan oleh para nelayan responden mayoritas berasal dari modal sendiri.

b) Karakteristik Pedagang

Pedagang yang terlibat dalam rantai nilai ikan bawis yakni pedagang besar dan pengecer. Dalam penelusuran rantai nilai, ditemui 3 orang pedagang besar dan 3 orang pengecer. Pedagang besar yang melakukan penjualan ikan bawis memiliki rata-rata usia 43 tahun dan tingkat pendidikan

pedagang besar adalah SMP dengan presentase 66,7%. Para pedagang besar rata-rata memiliki pengalaman berdagang berkisar 11-20 tahun. Kegiatan yang dilakukan oleh pedagang besar tidak merubah nilai dari ikan bawis karena tidak ada proses pengolahan.

Pengecer yang melakukan penjualan ikan bawis memiliki rata-rata usia 38 tahun yang masuk dalam kelompok usia produktif. Menurut Aprilyanti (2017), golongan umur yang berada di usia produktif biasanya memiliki tingkat produktifitas yang tinggi sehingga lebih optimal dalam melaksanakan pekerjaannya. Tingkat pendidikan responden pengecer dalam rantai nilai ikan bawis dengan presentase 33,33% di setiap jenjang pendidikan. Kemudian, para pengecer ikan bawis ini memiliki pengalaman berdagang berkisar 1-10 tahun sehingga pengalaman berdagang yang dimiliki masih minim. Kegiatan yang dilakukan oleh pengecer tidak merubah nilai dari ikan bawis karena tidak ada proses pengolahan.

c) Karakteristik Industri Pengolah Ikan Bawis

Industri pengolah ikan bawis merupakan aktor dalam rantai nilai ikan bawis yang merubah produk ikan bawis. Adapun beberapa jenis produk yang dihasilkan oleh industri pengolah ikan bawis berupa gammi bawis, keripik ikan bawis, dan ikan asin bawis. Dalam penelusuran

rantai nilai ikan bawis ini diketahui bahwa industri pengolah ikan bawis memiliki rata-rata usia 51 tahun yang masih termasuk dalam kelompok usia produktif. Tingkat pendidikan responden industri pengolah ikan bawis mayoritas menempuh pendidikan hingga SMP. Para reponden industri pengolah ikan bawis telah menjalankan usaha berkisar 1-10 tahun.

1. Pemetaan Rantai Nilai (*Value Chain Mapping*)

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelaku utama yang terlibat dalam rantai nilai ikan bawis adalah nelayan, pedagang besar, pengecer, dan industri pengolah ikan bawis. Terdapat 3 aliran dalam rantai nilai yakni aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi. Aliran produk merupakan aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir, aliran finansial mengalir dari industri pengolah ikan bawis hingga ke nelayan dan aktivitas pembayaran dilakukan secara tunai, dan aliran informasi mengalir dari seluruh aktor dalam rantai nilai ikan bawis yang terkait informasi tentang harga.

Adapun aktivitas penangkapan dalam rantai nilai ini dilakukan oleh nelayan dengan melakukan pemasangan alat tangkap, melakukan penangkapan ikan, dan melakukan pembongkaran ikan. Aktivitas distribusi dalam rantai nilai ikan bawis meliputi kegiatan

pembelian, transportasi, bongkar muat, dan penjualan yang dilakukan antara nelayan dengan para pedagang. Aktivitas pengolahan yang dilakukan oleh industri pengolah ikan bawis untuk menjadi gammi bawis dengan melakukan penyiangan, pembumbuan, dan penyajian. Pengolahan yang dilakukan untuk menjadi keripik ikan bawis dilakukan dengan melakukan penyiangan, pembumbuan, penggorengan, pengeringan, dan pengemasan. Sedangkan untuk produk ikan asin bawis, proses pengolahan yang dilakukan adalah penyiangan, penggaraman, penjemuran, dan pengemasan.

Pola saluran tataniaga dalam rantai nilai ikan bawis di Kota Bontang berdasarkan hasil penelitian terdapat 4 saluran rantai nilai yakni :

a) Saluran I : Nelayan → Industri pengolah ikan bawis

Dalam saluran I nelayan melakukan aktivitas penangkapan ikan lalu mendistribusikan secara langsung ikan bawis segar ke industri pengolah ikan bawis. Industri pengolah ikan bawis menghasilkan 3 jenis produk yakni gammi bawis, keripik ikan bawis, dan ikan asin bawis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa industri pengolah ikan bawis mendapatkan keuntungan lebih besar daripada nelayan dan industri pengolah ikan bawis yang memiliki

keuntungan terbesar adalah produk olahan keripik ikan bawis dengan rasio 50,23%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Miftahurrahmi *et al.* (2018), bahwa populasi nelayan menerima keuntungan paling kecil dan penerima keuntungan terbesar adalah industri pengelola.

b) Saluran II : Nelayan → Pedagang Besar

Pada saluran II, nelayan melakukan aktivitas penangkapan ikan dan pemasaran berupa pengangkutan. Para nelayan menjual ikan bawis segar kepada pedagang besar sebesar Rp30.000/kg. Pedagang besar berperan sebagai pengubah nilai dari ikan bawis segar. Ikan bawis segar kemudian dimasukkan ke es dan dibawa ke pasar. Pada saluran ini besarnya bagian yang diterima nelayan yaitu 75% dan tidak ada proses pengolahan yang dilakukan sehingga tidak terdapat pertambahan nilai dari ikan bawis.

c) Saluran III : Nelayan → Pedagang Besar → Pengecer

Dalam saluran III, nelayan melakukan aktivitas penangkapan ikan dan pemasaran berupa pengangkutan. Para nelayan menjual ikan bawis segar kepada pedagang besar sebesar Rp30.000/kg. Pedagang besar dan pengecer berperan sebagai pengubah nilai dari ikan bawis segar. Ikan bawis segar kemudian dimasukkan ke es dan dibawa ke

pasar. Pada saluran ini besarnya bagian yang diterima nelayan yaitu 66,67% dan besarnya bagian yang diterima oleh pedagang besar yaitu 88,89% dan tidak ada proses pengolahan yang dilakukan sehingga tidak terdapat pertambahan nilai dari ikan bawis.

d) Saluran IV : Nelayan → Pedagang Besar → Pengecer → Industri Pengolah Ikan Bawis

Nelayan melakukan aktivitas penangkapan ikan dan pemasaran berupa pengangkutan. Para nelayan menjual ikan bawis segar kepada pedagang besar sebesar Rp30.000/kg. Ikan bawis segar yang sudah siap dijual kepada pengecer dengan harga Rp40.000/kg. Kemudian pengecer menjual kepada industri pengolah ikan bawis dengan harga Rp45.000/kg. Industri pengolah ikan

bawis berperan sebagai pengubah nilai ikan bawis segar menjadi produk makanan gammi bawis. Industri pengolah ikan bawis menjual produk gammi bawis dengan harga Rp100.000/kg. Pada saluran ini besarnya bagian yang diterima nelayan yaitu 30%, besarnya bagian yang diterima oleh pedagang besar yaitu 40% dan besarnya bagian yang diterima oleh pengecer 45%.

Analisis Nilai Tambah Ikan Bawis di Kota Bontang

Nilai tambah pada komoditas ikan bawis dapat ditingkatkan dengan adanya perlakuan-perlakuan terhadap produk. Perlakuan tersebut akan berdampak pada peningkatan harga jual ikan bawis. Perubahan harga tiap pelaku dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 Harga Jual Produk pada Rantai Nilai Ikan Bawis di Kota Bontang 2021

Pelaku Rantai Nilai	Produk	Harga Jual (Rp/Kg)
Nelayan Ikan Bawis	Ikan Bawis Segar	16.000-30.000
Pedagang Besar	Ikan Bawis Segar	40.000
Pengecer	Ikan Bawis Segar	45.000
Industri Pengolah Ikan Bawis	Gammi Ikan Bawis	100.000
	Keripik Ikan Bawis	216.000
	Ikan Asin Bawis	50.000

Sumber : Data Primer, 2021

Perubahan harga signifikan terjadi pada industri pengolah ikan bawis. Harga ikan bawis segar dijual dengan harga berkisar Rp16.000 – Rp45.000/kg sedangkan harga ikan bawis yang telah diolah berkisar harga Rp50.000 – Rp216.000. Analisis rata-rata nilai tambah

menggunakan metode Hayami (1987) bertujuan untuk mengetahui nilai tambah dari masing-masing pola rantai nilai yang terdapat di Kota Bontang. Analisis nilai tambah pada masing-masing pola rantai nilai ikan bawis disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Nilai Tambah Rantai Nilai Ikan Bawis di Kota Bontang 2021

No	Pola Rantai Nilai	Rata-Rata Nilai Tambah di Tingkat Pelaku					
		Nelayan	Pedagang Besar	Pengecer	Industri Pengolah Ikan Bawis		
		Segar (%)	Segar (%)	Segar (%)	Gammi (%)	Keripik (%)	Asin (%)
1.	I	-	-	-	47,3	58,3	28,8
2.	II	-	-	-	-	-	-
3.	III	-	-	-	-	-	-
4.	IV	-	-	-	47,3	-	-

Sumber : Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nelayan di seluruh pola rantai nilai kurang menambah aktivitas pertambahan nilai pada ikan bawis. Pedagang besar dan pengecer di seluruh pola rantai nilai kurang menambah aktivitas pertambahan nilai dari ikan bawis. Pedagang besar dan pengecer hanya melakukan kegiatan distribusi tanpa melakukan pertambahan nilai dari ikan bawis. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Argarini *et al.* (2017) dan juga penelitian Kotni (2017) bahwa kondisi rantai nilai tidak efektif dan efisien karena kesenjangan yang terjadi. Kegiatan pertambahan nilai hanya dilakukan oleh industri pengolah ikan bawis.

Solusi Perbaikan (*upgrading*) Rantai Nilai

Proses perbaikan rantai nilai tidak dapat dipisahkan dari hambatan yang terdapat pada titik masuk saluran dan peran dari masing-masing pelaku dalam rantai nilai. Peningkatan rantai nilai diidentifikasi

dalam beberapa aspek peningkatan yaitu proses, produk, dan fungsi. Peningkatan proses (*Upgrading Process*) mengacu pada efisiensi produksi. Peningkatan produk (*Product Upgrading*) pada diperkenalkannya produk-produk baru, atau penyempurnaan produk lama. Peningkatan fungsi (*Functional Upgrading*) mengacu pada pertanyaan dasar tentang kegiatan mana yang harus mendapat konsentrasi penuh para pelaku rantai nilai (ACIAR, 2012).

Hasil penelitian ini didukung dengan wawancara secara mendalam dengan para pelaku rantai nilai. Adapun hambatan dalam rantai nilai ikan bawis di Kota Bontang yakni pernghasilan nelayan yang tergoong rendah dibandingkan pelaku lainnya, ikan bawis yang ditangkap terus menerus tak terkecuali ikan bawis yang masih kecil, para pedagang yang hanya melakukan sedikit kegiatan dan tidak memberikan nilai tambah pada produk ikan bawis, dan pemasaran

ikan bawis yang hanya berada di Kota Bontang. Adapun solusi yang dapat diberikan dengan cara melakukan penyuluhan terhadap para aktor rantai nilai ikan bawis di Kota Bontang, melakukan penguatan jaringan kerjasama antar pedagang baik di dalam maupun di luar kota.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut (1) Terdapat 4 jenis pola saluran pemasaran ikan bawis di Kota Bontang dan 4 (empat) pelaku rantai nilai yaitu nelayan, pedagang besar, pengecer, dan industri pengolah ikan bawis. Setiap pelaku rantai nilai mempunyai fungsi dan peran yang digambarkan dalam setiap aktivitas pertambahan nilai ikan bawis. Saluran pemasaran IV merupakan saluran pemasaran terpanjang yaitu : Nelayan → Pedagang Besar → Pengecer → Industri Pengolah Ikan Bawis. Perubahan nilai harga jual tertinggi terjadi pada industri pengolah ikan bawis dengan harga jual produk olahan ikan bawis berkisar Rp50.000 – Rp216.000/kg dan input utama pada ikan bawis segar berkisar Rp16.000 – Rp45.000/kg. (2) Nilai tambah terbesar dalam saluran pemasaran ikan bawis di Kota Bontang diperoleh oleh industri pengolah ikan bawis. Hal ini didasarkan karena industri pengolah ikan bawis melakukan proses pengolahan dari ikan bawis segar menjadi ikan bawis yang sudah

dapat di konsumsi dan menjadi produk berupa gammi bawis, keripik ikan bawis, dan ikan asin bawis. Hasil produk yang memiliki nilai tambah tertinggi adalah keripik ikan bawis sebesar 58,3%. (3) Peningkatan rantai nilai diidentifikasi dalam beberapa aspek peningkatan yaitu proses, produk, dan fungsi. Peningkatan rantai nilai dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan sistem agribisnis. Perbaikan sistem agribisnis dapat dilakukan dengan melakukan penyuluhan perikanan kepada nelayan, penguatan jaringan kerjasama antara pedagang besar, pengecer dan juga antar pedagang yang berada di luar kota. Kinerja keseluruhan rantai nilai dapat ditingkatkan apabila dilakukan perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- ACIAR. 2012. *Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak Pada Kaum Miskin. Buku Pegangan Bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai. Australian Government.* Australia : Australian Centre for International Agricultural Research (ACIAR)
- Aprilyanti, S. 2017. Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus PT OASIS Water International Cabang Palembang). *J Sistem dan Manajemen Industri* 2(1) : 321-326.

- Argarini, M., Achmad, R. W., dan Rizki, A. 2017. Analisis Rantai Nilai Komoditas Ikan Air Tawar Unggulan di Kota Tangerang. *J Agribisnis* Vol 11(1) : 1-13.
- BPS Kota Bontang. 2019. *Kota Bontang Dalam Angka 2019*. Bontang : Badan Pusat Statistik.
- _____. 2020. *Kota Bontang Dalam Angka 2020*. Bontang : Badan Pusat Statistik.
- Fitriyana. 2020. Komoditi Perikanan Nelayan Tangkap pada Era New Normal di Kota Bontang Provinsi Kalimantan Timur. *Prosiding Ilmu-ilmu Peternakan*; 2020 Dec 7; Yogyakarta.
- Hayami Y, Kawagoe T, Morooka Y, Siregar M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective from a Sunda Village*. Bogor: The CPGR Centre.
- Ismail, Harries Arizonia. 2019. Peran Kemaritiman Indonesia di Mata Dunia. *J Saintek Maritim* 20 (1) : 83-89.
- Kaplinsky, Raphael. and Morris, Mike. 2001. *A handbook for value chain research*. Brighton, United Kingdom, Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Kotler, P dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12*. Jakarta : PT Indeks.
- Kotni, V V Devi Prasad. 2017. Marine Fisheries Value Chain Management- A Research Study Synopsis. *J Engineering and Management Research* 7(1) : 1-10.
- Lasabuda, R. 2017. Pembangunan Wilayah Pesisir Dan Lautan Dalam Perspektif Negara Kepulauan Republik Indonesia. *J Ilmiah Platax* 1 (2) : 92-101.
- Miftahurrahmi, M., Mudzakir, dan Wijayanto, D. 2018. Analisis Rantai Nilai Komoditas Ikan Teri (*Stolephorus sp.*) di PPP Morodemak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. *J of Fisheries Resources Utilization Management and Technology* Vol 7(2) : 106-115.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya, Edisi 5*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Oktawati, N.A., Qoriah S., Oon D. 2019. Analisis Degradasi dan Depresiasi Sumberdaya Ikan Bawis (*Siganus canaliculatus*) di Perairan Kota Bontang. *Enviro Scienteae* 15(2) : 249-256.
- Penyuluh Perikanan Kota Bontang. 2018. Mengenal Ikan Bawis. <https://penyuluhperikanankotabontang.blogspot.com/2018/02/mengenal-ikan-bawis> diakses 28 November 2020
- Sari, A.D. dan Desy M. 2019. Peluang dan Tantangan Pemasaran Usaha Teripang Daerah Pesisir Kota Bontang Kalimantan

Anisa Nur Jannah : Analisis...

Timur. *J Promosi* Vol 7(2) : 7-13.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.