

Analisis Usaha Dan Saluran Pemasaran Teri Krispi Di Kabupaten Belitung

Business Analysis and Marketing Channels of Teri Krispi in Belitung District

Burhanudin^{1*}, Kurniawan¹, dan Endang Bidayani²

¹Jurusan Manajemen Sumberdaya Perairan FPPB-UBB, Balunijuk

²Jurusan Akuakultur, FPPB-UBB, Balunijuk

Email korespondensi : burhansnudin83@gmail.com

Diterima Februari; disetujui Maret; tersedia secara online April

Abstract

*Anchovies is one of the diversification products (product diversity) of anchovy. The research objective was to analyze the anchovies production business and to analyze the marketing channels of crispy anchovies production in Belitung Regency. This research was conducted in May-June 2019 in Belitung Regency. The method used is descriptive method. The data obtained are revenue, income, profit, B / C Ratio, Break Even Point, Net Present Value (NPV) and Return On Investment (ROI) of anchovies marketing channel. Based on the results of the study, anchovy used is a type of black anchovy (*Stolephorus commersonii*) using a boat chart fishing gear. The crispy anchovy product in Belitung Regency has eligibility criteria with a PBP value of 0.52 years, NPV of IDR 1,401,926,475, B / C ratio of 1.94, and ROI of 98%, BEP of product 7,842 kg and BEP of receipt of IDR. 784,214,786. The average NPV value is IDR 1,451,926,475 and the average B / C ratio of entrepreneurs is 1.94. The NPV and BCR values are > 1, so the anchovies business in Belitung Regency is feasible to be implemented. There are 2 types of marketing channels for anchovies in Belitung Regency, namely: 1. Producers - end consumers and, 2. Producers - big traders - end consumers.*

Keywords: *Crispy anchovies, effort, marketing*

PENDAHULUAN

Penelitian dilakukan pada bulan Mei-Juni 2019 Kabupaten Belitung merupakan daerah kepulauan yang secara astronomis terletak antara 107°08'BT sampai 107°58'BT dan 02°30'LS sampai 03°15'LS dengan luas seluruhnya 2.293,69 km². Sektor perikanan di Kabupaten Belitung merupakan sektor yang sudah menjadi mata pencaharian nelayan sejak dahulu dan menjadi jiwa dan kepribadian masyarakat pesisir dan kepulauan (Badan Pusat Statistik, 2017).

Sumber daya ikan laut secara umum dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu sumber daya ikan pelagis kecil, pelagis besar dan demersal. Sumberdaya ikan pelagis kecil merupakan salah satu sumberdaya perikanan yang berukuran kecil seperti halnya ikan teri (*Stolephorus spp*). Pada Tahun 2017, perairan Belitung menghasilkan tangkapan ikan teri sebanyak 118,916 ton menggunakan alat tangkap bagan perahu (PPN Kabupaten Belitung tahun 2017).

Hasil tangkapan laut berupa ikan ikan kecil yang melimpah, biasanya harganya sangat murah dan tidak jarang dibuang begitu saja dan ikan teri hanya diolah secara tradisional oleh para nelayan hanya dijadikan sebagai ikan asin dan penjualan ikan teri dalam bentuk curah juga tidak memiliki nilai tambah. Oleh karena itu, dengan berkembangnya teknologi ikan teri mulai dijadikan sebagai produk olahan perikanan yang memiliki nilai ekonomis salah satunya teri krispi. Teri krispi merupakan salah satu produk difersifikasi dari ikan teri. Ikan teri segar yang dicampur dengan terigu dan bumbu kemudian dimasak dengan proses tertentu untuk bisa dikonsumsi.

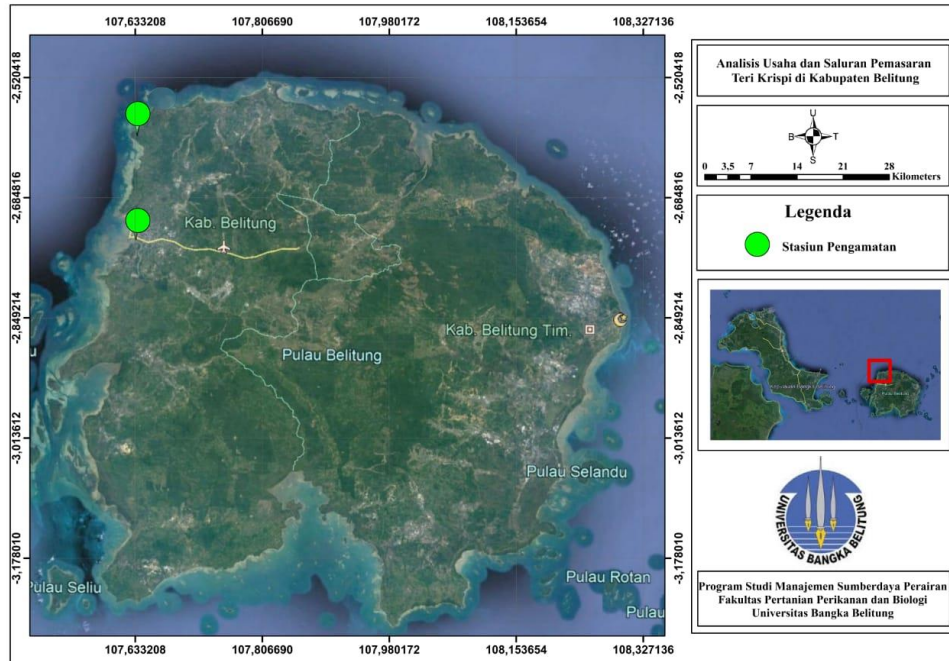
Usaha teri krispi dapat digolongkan sebagai usaha kecil. Parubak *et.al* (2004) menjelaskan bahwa usaha kecil mempunyai peranan penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan nasional. Usaha kecil merupakan usaha yang ditekuni sebagian besar masyarakat dan merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan yang luas kepada masyarakat. Pemasaran harus menjadi suatu konsep bisnis strategis yang bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan, karyawan dan pemilik usaha. Secara lebih formal menjelaskan bahwa pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan berbagai barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial (Stanton, 2007). Pemasaran teri krispi sangat berpengaruh terhadap tingkat produksi dan pendapatan yang diperoleh pengusaha, sehingga akan dapat memacu pengusaha untuk lebih giat dalam mengelola usaha teri krispi.

Semakin berkembangnya pulau Belitung sebagai objek wisata yang diminati masyarakat luas, produk teri krispi merupakan salah satu oleh-oleh khas pulau Belitung yang mulai diminati oleh wisatawan yang berkunjung. Peluang usaha teri krispi di Kabupaten Belitung masih tinggi, tetapi membutuhkan investasi dan modal yang cukup. Usaha dikatakan berhasil ketika pemilik usaha sudah mendapatkan pendapatan yang layak untuk usaha yang dijalankannya dengan berbagai skala kepemilikannya baik dalam skala kecil, menengah dan besar. Berdasarkan latar belakang tersebut maka

dipandang perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Usaha Dan Saluran Pemasaran Teri Krispi Di Kabupaten Belitung”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertempat di Kabupaten Belitung Provinsi Bangka Belitung. Peta lokasi pengambilan data sekunder penelitian dapat dilihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Alat yang digunakan adalah alat tulis, buku identifikasi, kamera, panduan wawancara, aplikasi *software microsoft excel*. Selain itu sebagai data pendukung bahan dan alat yang dibutuhkan antara lain informasi yang berkaitan dengan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Dimana metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kilas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2005).

Metode pengumpulan data penelitian yang digunakan adalah metode *survey* atau *observasi* langsung dalam penelitian ini sangat tepat karena kajian tentang usaha teri krispi membutuhkan tinjauan langsung atau pengamatan langsung mengenai keadaan aktual dilapangan dari berbagai pelaku (*stakeholders*) yang terlibat dalam bisnis (Nazir, 2005).

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer selain observasi langsung dilapangan juga melalui kuisioner dan wawancara dengan pengusaha langsung yang meliputi data tentang penerimaan, pendapatan, keuntungan yang diterima, B/C Ratio, BEP dan saluran pemasaran usaha.
2. Data sekunder diperoleh dari pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini antara lain Kantor Desa, Dinas Perikanan, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Belitung. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi data umum maupun teori yang mendukung peneliti dari data pengusaha teri krispi di Kabupaten Belitung.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) macam analisis data, yaitu analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Analisis kuantitatif digunakan untuk menghitung keuntungan serta kelayakan dari usaha teri krispi di Kabupaten Belitung.

Identifikasi Jenis Ikan Teri

Teknik yang digunakan untuk identifikasi hasil tangkapan ialah identifikasi secara langsung dilapangan. Identifikasi ikan secara langsung di bagan perahu dengan cara ikan diletakkan diatas kertas Newtop yang telah di beri skala (Nazir, 2005). Identifikasi dilakukan dengan cara visual dari masing-masing jenis ikan teri yaitu dengan cara melihat ciri morfologi dan dibedakan berdasarkan karakter-karakter umum seperti bentuk ekor, bentuk tubuh, bentuk sirip dan perbandingan jumlah sirip.

Identifikasi dilakukan sampai tingkat genus dan spesies dengan bantuan buku identifikasi Saanin (1968) dan *software* identifikasi ikan *fishbase*.

Analisis Kuantitatif

Analisis usaha dilakukan untuk mengetahui tingkat pendapatan dari pengusaha dan keberhasilan dari usaha teri krispi yang telah dijalankan selama 1 (satu) tahun. Analisis usaha yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis usaha perikanan. Analisis usaha akan dilakukan dengan cara menghitung dan mentabulasi data yang diperoleh dari data primer hasil kuisioner.

Analisis yang digunakan meliputi, perhitungan penerimaan, pendapatan, keuntungan, B/C Ratio, Titik Impas Usaha (*Break Even Point*). Pengukuran analisis usaha meliputi:

Penerimaan

Rumus yang digunakan (Sugiarto,2005) adalah:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR : Total Revenue (penerimaan Total)

P : Price (harga)

Q : Quantity (Jumlah Produksi)

Pendapatan

Rumus yang digunakan (Sugiarto,2005)

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan:

Pd : Pendapatan Usaha

TR : Total penerimaan (*total revenue*)

TC : Total biaya (*total cost*)

Keuntungan merupakan biaya bersih yang diterima pengusaha setelah dikurangi dengan biaya implisit. Menurut Rosyidi (2006), biaya implisit merupakan biaya ekonomi perusahaan atas penggunaan sumberdaya yang ditimbulkan karena proses produksi. Biaya implisit ini adalah biaya yang tidak terlihat dan biaya yang tidak dikeluarkan langsung oleh kas perusahaan. Biaya implisit diperhitungkan dari faktor-faktor produksi yang dimiliki sendiri oleh perusahaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung keuntungan adalah:

$$\text{Keuntungan} = \text{pendapatan} - \text{biaya implisit}$$

Analisis Efisiensi Usaha (B/C Ratio)

B/C Ratio (*Benefit Cost Ratio*) adalah ukuran perbandingan pendapatan (*Benefit*= B) dengan total biaya produksi (*Cost* = C). Dalam batasan besaran nilai B/C dapat diketahui apakah suatu usaha menguntungkan atau tidak menguntungkan.

$$B/C \text{ ratio} = \frac{\text{Benefit}}{TC}$$

Keterangan:

Benefit = Pendapatan

TC = Total Cost (Biaya Total)

Dengan kriteria:

B/C > 1 : Usaha layak dilaksanakan

B/C < 1 : Usaha tidak layak atau merugi

Rumus BEP mengacu pada Suratijah (2015)

$$BEP \text{ Penerimaan} = \frac{FC}{1 - VC} \times TR$$

Keterangan :

FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)

VR = Variable Cost (Biaya variabel)

TR = Total Revenue (Penerimaan total)

$$BEP \text{ Produk} = \frac{FC}{P - AVC}$$

Keterangan :

FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)

AVR = Average Variable Cost (Biaya variabel rata-rata)

P = Price (Harga)

$$BEP \text{ Harga} = \frac{TC}{y}$$

Keterangan :

TC = Total Cost (Biaya Total)

y = Total Produksi

Analisis Payback Period

Analisis *Payback Period* merupakan analisis suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui berapa lama waktu yang diperlukan untuk menutupi biaya investasi (Harahap,2013). Rumus yang akan digunakan untuk analisis ini adalah:

$$PP = \frac{1}{\pi} \times 1 \text{ Tahun}$$

Keterangan:

PP = Waktu Balik Modal (*Payback Period*)

I = Besarnya biaya sarana dan prasarana

Π = Keuntungan yang diperoleh dalam satu tahun.

Kriteria : Jika waktu balik modal lebih pendek waktunya dari maksimum waktu balik modal maka usaha tersebut dapat dikatakan layak untuk dilanjutkan. Jika waktu balik modal lebih panjang waktunya dari maksimum waktu balik modal maka usaha tersebut dapat dikatakan tidak layak untuk dilanjutkan.

Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara *benefit* (penerimaan) dengan *cost* (pengeluaran) yang telah perkiraan manfaat/*benefit* dari proyek yang direncanakan. Jadi perhitungan NPV mangandalkan pada arus kas yang didiskon kan (Gray, et al,1993). Ini adalah rumus untuk menghitung Net Present Value.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1 + i)^t}$$

$$NPV = (\text{total PV inflow}) - (\text{total PV outflow})$$

Deskripsi:

Bt = Manfaat sosial bruto tahun t

Ct = Biaya sosial kotor terkait tahun proyek t

i = Suku bunga bank yang berlaku

T = Periode investasi (t = 0,1,2, ..., n)

NPV > 0, maka proyek ini menguntungkan dan dapat diimplementasikan.

NPV = 0, maka proyek tidak menguntungkan tetapi juga tidak rugi sehingga tergantung pada penilaian subjektif dari pembuat keputusan.

NPV < 0, maka proyek ini merugikan karena keuntungannya lebih kecil dari biaya, jadi lebih baik tidak melakukannya.

Analisis Return on Investment (ROI)

Return on Investment adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. ROI merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia diperusahaan (Harahap, 2013).

$$ROI = \frac{\text{laba setelah pajak} \times 100\%}{\text{Total asset}}$$

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dipakai untuk menganalisa data dengan menggambarkan data-

Tabel 1. Tabel Identitas Responden

No	Nama Responden	Umur (tahun)	Jumlah Tanggungan	Lama Usaha (Tahun)
1	Miftahun	64	3	10
2	Norsiah	47	2	7
3	Ita Listiana	34	2	8
4	Nila Yenni	41	4	9
5	Verawati	31	4	8

Sumber: Wawancara, 2019

Identifikasi Ikan Teri

Ikan teri yang digunakan untuk membuat teri krispi yaitu ikan teri hitam (*Stolephorus commersonii*) dapat terlihat pada **Gambar 2**.



Gambar 2. Ikan Teri Hitam (*Stolephorus commersonii*)

(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2019)

data yang sudah dikumpulkan seadanya tanpa ada maksud membuat generalisasi dari hasil penelitian kedalam bentuk tabel, grafik, presentase, diagram dan lain-lain. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan hasil daripada penelitian diantaranya adalah kondisi umum usaha Teri Krispi di Kabupaten Belitung.

Analisis Saluran pemasaran

Data dan informasi yang tercatat dalam daftar pertanyaan yang diperoleh dari lapangan diolah tabulasi dan dijelaskan secara deskriptif, yaitu dengan menguraikan hasil yang diperoleh dalam bentuk tabel dan uraian yang sistematis sehingga diperoleh hasil yang lengkap dan terperinci. Untuk metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini digunakan metode analisis deskriptif berdasarkan data tentang pemasaran yang telah dicapai dan saluran pemasaran tersebut. Disajikan dalam bentuk deskripsi yang jelas bagaimana gambaran tentang sistem pemasaran yang terjadi di Kabupaten Belitung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Berdasarkan hasil kuisioner dapat diketahui identitas responden diantaranya umur, jumlah tanggungan dan pendidikan pengusaha teri krispi di Kabupaten Belitung dapat dilihat pada **Tabel 1**.

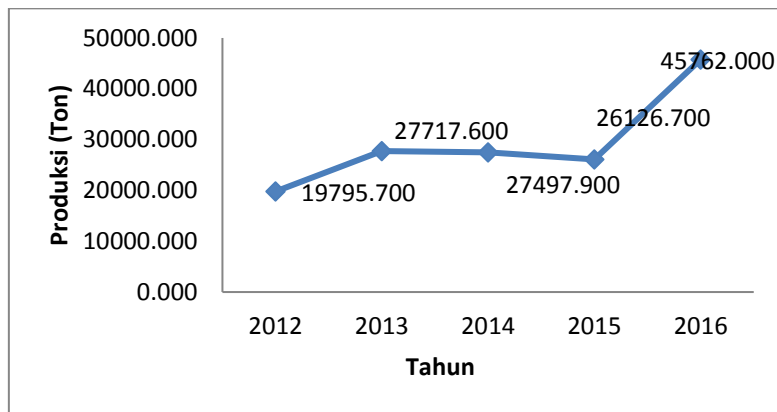
Produksi ikan teri

Adapun produksi hasil tangkapan ikan teri tersaji pada **Tabel 2**.

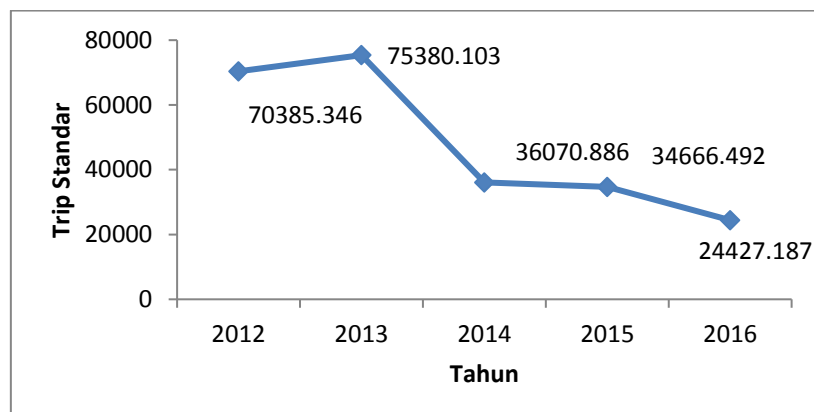
Tabel 2. Produksi ikan teri di Kabupaten Belitung

Tahun	Total produksi
2012	6.721,90
2013	4.514,100
2014	5.535,10
2015	3.433,50
2016	4.446,00

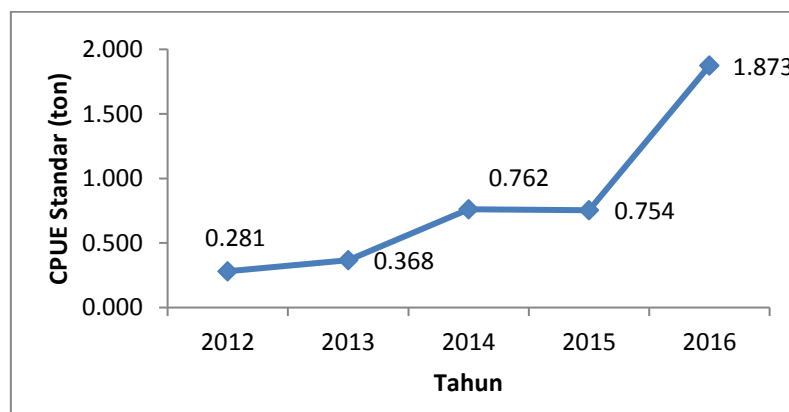
Sumber: Pelabuhan Perikanan Nusantara Tanjung Pandan, 2019



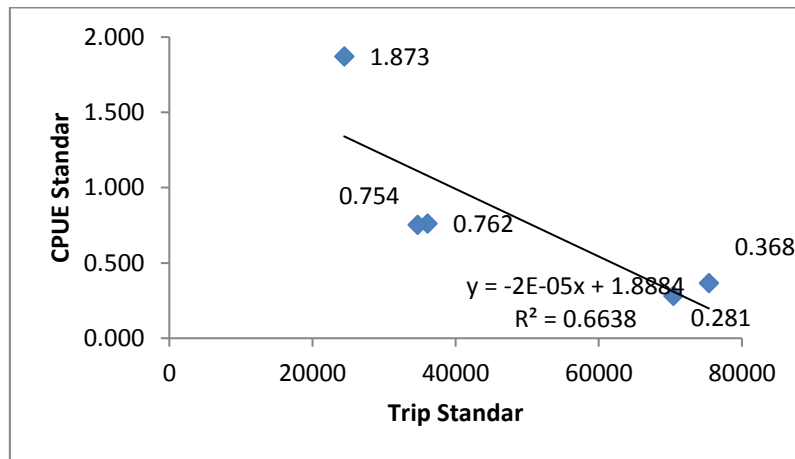
Gambar 3. Perkembangan Produksi Ikan Kecil Pelagis Kabupaten Belitung.



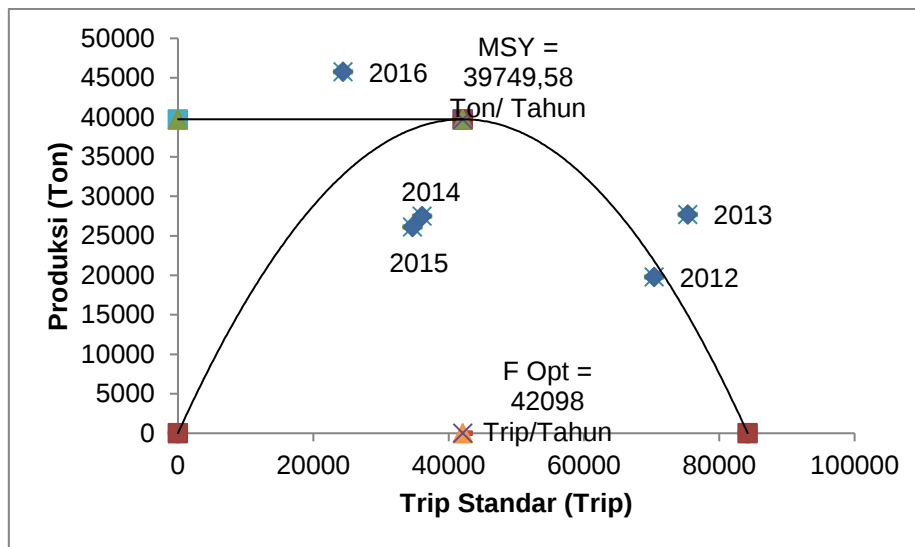
Gambar 4. Perkembangan Trip Standart.Ikan Pelagis Kecil Kebupaten Belitung.



Gambar 5. CPUE Standar Ikan Pelagis Kecil Kabupaten Belitung



Gambar 6. CPUE dan Trip Standart Ikan Pelagis Kecil Kabupaten Belitong.



Gambar 7. MSY Ikan Pelagis Kecil

Konstruksi Alat Tangkap Bagan Perahu

Bagan perahu merupakan alat tangkap yang umumnya digunakan oleh nelayan di Kabupaten Belitong untuk menangkap komoditas ikan teri. Kontruksi alat tangkap bagan perahu Kabupaten Belitong sebagaimana tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3. Kontruksi Alat Tangkap Bagan Perahu

No	Bagian	Dimensi	Bahan	Jumlah
1	Jaring bagan	P = 13m, L= 12m, t = 20m Mesh size = 0,6 mm	Wareng	1
2	Rumah bagan	P = 3,5m , L = 1,70m , t = 1,5 m	Kayu	1
3	Rangka Bagan	P = 14m, L = 14m	Kayu	
4	Pemberat	5-10 kg	Batu	4
5	Tali penarik jaring	>30 m = 30-50m	Nilon	2
6	Roller jangkar	2m	Kayu	1
7	Roller kelambu	9m	Kayu	1
9	Peralatan bagan		Lampu =16, Serok = 2, Drum = 1	

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Kondisi Ekonomi Pengusaha Teri krispi

Biaya Investasi

Biaya investasi merupakan penanaman modal yang dilakukan oleh pengusaha dalam suatu usaha untuk memperoleh keuntungan, dimana investasi yang digunakan pengusaha teri krispi berupa rumah produksi serta mesin-mesin. Adapun biaya total yang dikeluarkan yaitu tersaji pada **Tabel 4**.

Tabel 4. Biaya Investasi Bapak Miftahun

No	Komponen Biaya	Jumlah Total	Umur	Nilai Penyusutan Per Tahun
1	Rumah Produksi	Rp 50.000.000		
2	Kompas + Tabung Gas	Rp 1.500.000	10	Rp 150.000
3	Kuali	Rp 1.000.000	5	Rp 200.000
4	Baskom	Rp 340.000	3	Rp 113.333
5	Dulang	Rp 480.000	5	Rp 96.000
7	Saringan	Rp 120.000	5	Rp 24.000
8	Spatula	Rp 100.000	5	Rp 20.000
9	Mesin Pres	Rp 3.000.000	10	Rp 300.000
10	Spinner	Rp 5.000.000	10	Rp 500.000
11	Mesin Expire	Rp 2.000.000	10	Rp 200.000
12	Blender	Rp 1.050.000	5	Rp 210.000
13	Mesin Pres	Rp 2.000.000	10	Rp 200.000
14	Etalase	Rp 5.000.000		
	Jumlah	Rp 71.590.000		Rp 2.013.333

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Biaya Tetap

Biaya Tetap merupakan biaya yang penggunaannya tidak habis dalam satu kali produksi. Adapun biaya tetap yang digunakan pengusaha teri krispi adalah biaya bangunan, mesin dan alat, gaji karyawan, perawatan dan penyusutan yang tersaji pada **Tabel 5**.

Tabel 5. Biaya Tetap Pak Miftahun

No	Komponen	Biaya Tetap per tahun
1	Rumah produksi	Rp 50.000.000
2	Mesin dan Alat	Rp 21.590.000
3	Instalasi Listrik	Rp 500.000
4	Gaji Karyawan	Rp 432.000.000
5	Perawatan	Rp 10.000.000
6	Penyusutan	Rp 20.133.333
	Jumlah	Rp 534.223.333

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Biaya Variabel

Biaya Variabel merupakan biaya yang habis digunakan dalam satu kali produksi. Adapun biaya variabel meliputi bahan baku dan kemasan tersaji pada **Tabel 6**.

Tabel 6. Biaya Variabel Pak Miftahun

No	Komponen	Total Biaya Per Tahun
1	Bahan Baku	Rp 3.095.280.000
2	Kemasan	Rp 518.400.000
	Jumlah	Rp 3.613.680.000

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Pendapatan

Keuntungan merupakan total pendapatan bersih yang diperoleh dari total pendapatan dikurang dengan total biaya yang dikeluarkan dengan total biaya yang dikeluarkan. Sebagaimana tersaji pada **Tabel 7**.

Tabel 7. Pendapatan Pengusaha Teri Krispi

No.	Uraian	Pengusaha					
		Miftahun	Juve	Abel	Ita	Nila	Rata-rata
1	Total Penerimaan (TR)	8.640.000.000	7200000000	2.336.780.667	2.160.000.000	720.000.000	4.211.356.133,33
2	Total Biaya (TC)	4.149.916.667	3254346667	1.983.219.333	1.123.914.810	473.040.905	2.196.887.676
	Pendapatan	4.490.083.333	3945653333	2.336.780.667	1.036.085.190	246.959.095	2.411.112.324

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Analisis Efisiensi Usaha (B/C Ratio)

B/C Ratio (Benefit Cost Ratio) adalah ukuran perbandingan pendapatan (*Benefit*) dengan total biaya produksi (*Cost*) sebagaimana tersaji pada **Tabel 8**

Tabel 8. Tabel Analisis Efisiensi Usaha (*B/C Ratio*)

No.	Uraian	Pengusaha					
		Miftahun	Juve	Abel	Ita	Nila	Rata-rata
1	Total Penerimaan (TR)	8.640.000.000	7.200.000.000	2.336.780.667	2.160.000.000	720.000.000	4.211.356.133,33
2	Total Biaya (TC)	4.149.916.667	3.254.346.667	1.983.219.333	1.123.914.810	473.040.905	2.196.887.676
	B/C	2,08	2,21	2,18	1,92	1,52	1,98

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Analisis Break Event Point

Analisis *Break Event Point* (BEP) dihitung untuk mengetahui pada kondisi dimana usaha tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total biaya produksi sama dengan total penjualan sebagaimana tersaji pada **Tabel 9**.

Tabel 9. Tabel Analisis *Break Event Point*

No.	Uraian	pengusaha					
		Miftahun	Juve	Abel	Ita	Nila	Rata-rata
1	Pendapatan	4.490.083.333	3.945.653.333	2.336.780.667	1.036.085.190	246.959.095	2.411.112.324
2	Total Biaya (TC)	4.149.916.667	3.254.346.667	1.983.219.333	1.123.914.810	473.040.905	2.196.887.676
3	Biaya Tak Terduga (10%)	414.790.333	332.262.333,3	1.697.007.667	112.251.048	47.205.524	520.703.380,95
	Hasil Penjualan	8.640.000.000	7.200.000.000	4.320.000.000	2.160.000.000	720.000.000	4.608.000.000,00
	BEP Penerimaan	1.000.902.072	707.343.972	1.427.666.081	482.058.627	303.103.179	784.214.786,26
	BEP Produk	10.009	7.073	14.277	4.821	3.031	7.842,15

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Payback Period

Analisis ini digunakan untuk mengetahui berapa lama waktu yang diperlukan untuk menutupi biaya investasi (Wahyuningrum *et al*, 2012).

Adapun perhitungan Payback Period sebagaimana tersaji pada **Tabel 10**.

Tabel 10. Tabel *Payback Period*

Uraian	pengusaha					
	Miftahun	Juve	Abel	Ita	Nila	Rata-rata
PP (<i>Payback Period</i>)	0,16	0,18	0,36	0,41	1,50	0,52

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara *benefit* (penerimaan) dengan *cost* (pengeluaran) yang telah perkiraan manfaat/ *benefit* dari proyek yang direncanakan. Jadi perhitungan NPV mangandalkan pada arus kas yang didiskon kan. Adapun perhitungan NPV sebagaimana tersaji pada **Tabel 11**.

Tabel 11. *Net Present Value* (NPV)

Uraian	pengusaha					
	Miftahun	Juve	Abel	Ita	Nila	Rata-rata

NPV	2.737.488.736	2.359.803.128	1.405.700.259	621.209.901	135.430.355	1.451.926.475,73
------------	---------------	---------------	---------------	-------------	-------------	------------------

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Return on Investment (ROI)

Return on Investment (ROI) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Adapun perhitungan NPV sebagaimana tersaji pada Tabel 12.

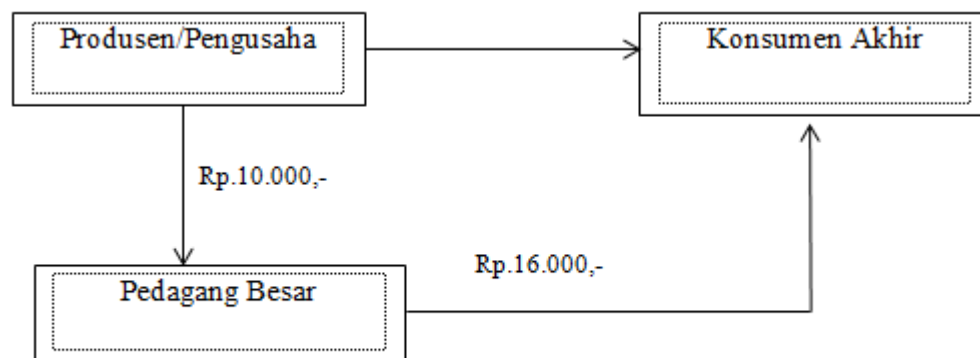
Tabel 12. Return on Investment

Uraian	pengusaha					
	Miftahun	Juve	Abel	Ita	Nila	Rata-rata
Pendapatan	4.490.083.333	3.945.653.333	2.336.780.667	1.036.085.190	246.959.095	2.411.112.324
Total Biaya	4.149.916.667	3.254.346.667	1.983.219.333	1.123.914.810	473.040.905	2.196.887.676
ROI	1,08	1,21	1,18	0,92	0,52	0,98

Sumber: Data Olahan Primer, 2019

Analisis Marjin Pemasaran

Adapun Analisis Marjin Pemasaran Usaha Teri Krispi di Kabupaten Belitung dapat dilihat pada **Gambar 8** adalah sebagai berikut:



Gambar 8. Tabel Marjin Pemasaran

Identitas responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki usaha teri krispi. Beberapa identitas responden yang dianggap penting meliputi umur, tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan dalam keluarga. Identitas tersebut dianggap penting karena mempengaruhi kegiatan usaha teri krispi yang akan berpengaruh pada produksi yang dihasilkan oleh responden tersebut.

Umur

Jumlah penduduk suatu negara dapat dibedakan menjadi penduduk usia kerja (usia 15-64 tahun) dan bukan usia kerja. Kelompok penduduk yang bukan usia kerja (umur non produktif) adalah anak-anak (0-14 tahun) dan manusia lanjut usia (manula) yang berumur > 65 tahun. Umur produktif umumnya berada pada usia 15-64 tahun. Sedangkan jika kurang atau lebih dari ketentuan tersebut tergolong dalam umur non produktif (Rahardjo, 2008). Umur akan mempengaruhi kondisi fisik pengusaha dalam usaha teri krispi. Adapun usia responden pada penelitian ini yaitu umur 31- 64 tahun.

Jumlah tanggungan dalam keluarga

Jumlah tanggungan dalam keluarga merupakan salah satu ukuran yang menggambarkan beban ekonomi yang harus ditanggung oleh responden. Semakin banyak jumlah orang dalam keluarga maka akan semakin berat beban yang harus ditanggung. Jumlah banyaknya keluarga menjadi patokan kepala keluarga untuk lebih giat bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Adapun tanggungan responden yaitu sebanyak 2-4 tanggungan setiap keluarga.

Pengalaman usaha teri krispi

Pengalaman usaha teri krispi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, khususnya usaha teri krispi. Dengan belajar dari pengalaman akan mendapatkan banyak pengetahuan baik dari segi teori maupun prakteknya untuk memperlancar kegiatan usaha teri krispi yang digelutinya. Pengusaha yang sudah lama menggeluti usaha teri krispi akan mempunyai persepsi, kemampuan atau *skill* yang berbeda dari pada yang baru menggeluti usaha teri krispi ini. Pengalaman yang dimaksud pada penelitian ini adalah lamanya menggeluti usaha teri

krispi. Pengalaman responden dalam usaha teri krispi yaitu 7-10 tahun sejak 2009 sampai sekarang.

Identifikasi ikan teri di Perairan Belitung

Di perairan Belitung terdapat 3 jenis ikan teri yaitu ikan teri hitam, ikan teri putih dan ikan teri karang. Ikan teri yang digunakan untuk teri krispi yaitu teri hitam (*Stolephorus commersonii*) dengan ukuran panjang 6 – 9 cm. Ikan teri yang digunakan untuk membuat teri krispi yaitu ikan teri hitam (*Stolephorus commersonii*) dengan ukuran panjang 6 cm. Morfologi ikan teri yaitu sirip caudal bercagak dan tidak bergabung dengan sirip anal. Bentuk tubuhnya bulat memanjang atau agak termampat kesamping, pada sisi samping terdapat garis putih keperakan memanjang dari kepala sampai ekor (Burhanudin, A.I., 2008).

Ikan teri termasuk jenis ikan permukaan (*pelagic fish*), mudah tertarik oleh cahaya lampu (*phototaxis positif*) sehingga dapat berkumpul ketempat dimana terdapat cahaya lampu. Teri tergolong ikan pelagis kecil yang menghuni daerah pesisir dan estuaria, tetapi beberapa jenis dapat hidup pada salinitas rendah antara 10-15 ppt. Teri hidup bergerombol, terutama jenis-jenis kecil yang terdiri dari ratusan sampai ribuan ekor (Hardenberg, 1934 dalam Hutomo et al 1987). Jenis ini dijadikan teri krispi karena ketersediaan stoknya yang mudah didapatkan dan tersedia sepanjang tahun. Bau ikan teri tidak terlalu amis karena kandungan ureanya tidak terlalu tinggi. Selain itu harga relatif murah, bentuknya yang kecil dan praktis di masak.

Stok Ikan Teri

Berdasarkan **Tabel 2.** menunjukkan produksi tertinggi ikan pelagis kecil berada pada tahun 2012 sebesar 6.721,9 ton sedangkan terendah tahun 2015 berjumlah 3.433,5 ton. Penurunan produksi terjadi dari tahun 2012 sampai tahun 2015. Gambar 5 menunjukkan produksi tertinggi ikan pelagis kecil berada pada tahun 2016 sebesar 45.762 ton sedangkan terendah tahun 2012 berjumlah 19.796 ton. Kenaikan produksi terjadi dari tahun 2012 sampai tahun 2016. Tingginya peningkatan jumlah produksi seiring dengan peningkatan jumlah ekspor ikan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dimana Kabupaten Belitung merupakan Kabupaten tertinggi dalam produksi ikan laut.

Upaya penangkapan (*trip*) memegang peranan penting dalam produksi ikan hasil tangkapan. Dalam menganalisis *catch per unit effort* (CPUE) diperlukan standarisasi alat tangkap. Gambar 6 menunjukkan bahwa upaya penangkapan sumberdaya ikan pelagis kecil di Kabupaten Belitung dengan upaya penangkapan tertinggi terjadi pada tahun 2013. Tingginya upaya penangkapan karena beragamnya unit upaya penangkapan yang digunakan oleh Nelayan Kabupaten Belitung. Menurut Wiyono (2011), penggunaan unit upaya penangkapan sesuai dengan sumberdaya ikan maka telah dikembangkan berbagai jenis teknologi penangkapan baik tradisional maupun modern. Alat tangkap yang digunakan di Kabupaten Belitung untuk menangkap ikan pelagis kecil yakni, kelas *gillnet* dan *lift net*.

Hasil analisis CPUE standar ikan pelagis kecil menunjukkan tren meningkat setiap tahun. Ini

menunjukkan produktifitas setiap trip penangkapan menunjukkan nilai yang positif. Nilai CPUE standard tertinggi dicapai di tahun 2016 dengan nilai 1,9 ton/trip. Sedangkan nilai terendah berada di tahun 2012 sebesar 0,28 ton/trip. Dilihat dari data di atas, walaupun terjadi fluktuasi nilai setiap tahunnya, produktifitas setiap trip penangkapan cukup baik untuk melakukan penangkapan ikan pelagis kecil terutama untuk jenis ikan selar, tembang dan teri.

Hubungan CPUE dengan effort menghasilkan nilai dugaan parameter *intercept* dan *slope* melalui regresi linear. Hubungan antara upaya penangkapan dengan CPUE ikan pelagis kecil menunjukkan bahwa peningkatan upaya tangkap akan menyebabkan kenaikan CPUE dengan persamaan regresi $Y = -2E-05x + 1,88$ yang berarti bahwa jika dilakukan peningkatan upaya penangkapan satu trip, maka akan mengurangi CPUE sebesar 0,002 ton per trip. Berdasarkan persamaan tersebut diperoleh nilai $a = 1,88$ dan $b = -0,002$, nilai a yang dihasilkan adalah positif dan b adalah negatif. Hal ini sesuai dengan pendapat Sparre dan Venema (1999), menyatakan bahwa kemiringan b harus negatif bila hasil tangkapan per unit upaya menurun untuk setiap peningkatan (*effort*). Nilai $R^2 = 0,66$, artinya 66 % penurunan produksi hasil tangkapan ikan pelagis kecil disebabkan oleh upaya penangkapan. Sedangkan sebesar 34 % penurunan produksi hasil tangkapan ikan pelagis kecil disebabkan oleh faktor alam dan faktor biologis.

Hubungan CPUE dengan effort sumberdaya ikan menghasilkan *trendline* menurun yang berarti berlebihnya upaya penangkapan tangkap. Menurut Cahyani (2013) mengatakan bahwa tren CPUE yang menurun merupakan gambaran bahwa tingkat eksploitasi sumberdaya ikan tidak bisa menghasilkan hasil tangkapan walaupun upaya penangkapan ditingkatkan. Sobari (2018) menambahkan pernyataan bahwa semakin tinggi *effort* maka nilai CPUE menunjukkan gejala penurunan.

Kurva pada gambar 7. menunjukkan nilai MSY berada pada titik 2.734,745 ton, artinya pada tahun 2012 produksi penangkapan sumberdaya ikan pelagis besar di Perairan Belitung melebihi batas lestari (MSY). Sedangkan pada rentang waktu tahun 2013 – 2016 produksi penangkapan sumberdaya ikan pelagis besar di Perairan Belitung belum melebihi batas lestari (MSY). Hal ini terlihat dari nilai produksi sumberdaya ikan berturut – turut tahun 2012-2016 sebesar 3.478 ton, 1667,6 ton, 1787,6 ton, 671,2 ton, dan 968,6 ton. Dalam kurva terlihat upaya penangkapan pada rentang waktu tahun 2012-2015 yang dilakukan nelayan telah melampaui trip optimum, sebab batas upaya penangkapan optimum berada pada titik 22.312 trip. Sedangkan pada tahun 2016 upaya penangkapan ikan berada di bawah titik upaya penangkapan optimum.

Gambaran usaha teri krispi

Berdasarkan hasil survei dan observasi lapangan gambaran usaha teri krispi di Kabupaten Belitung adalah sebagai berikut:

Sejarah Usaha Teri Krispi

Usaha teri krispi merupakan salah satu usaha produk difersifikasi dari ikan teri. Ikan teri segar yang

dicampur dengan terigu dan bumbu kemudian dimasak dengan proses tertentu untuk bisa dikonsumsi. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, mereka memulai usaha teri krispi dengan mandiri untuk mengisi waktu longgar serta menambah penghasilan. Usaha teri krispi mulai dilakukan oleh pelaku usaha pada tahun 2009 setelah adanya pelatihan oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Belitung dengan modal sendiri dan peralatan dapur seadanya. Adapun pelaku usaha teri krispi di Kabupaten Belitung berjumlah 5 orang yang berlokasi di Kecamatan Tanjungpandan dan Kecamatan Sijuk. Kegiatan usaha teri krispi dibantu oleh ibu-ibu rumah tangga sekitar lokasi usaha. Kegiatan usaha teri krispi ini masih berjalan hingga sekarang.

Jenis usaha

Hasil pengamatan lapangan, jenis usaha teri krispi di Kabupaten Belitung merupakan usaha produksi olahan hasil perikanan yang cukup diminati oleh masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung ke pulau Belitung. Kapasitas produksi olahan hasil perikanan yaitu teri krispi pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 9.763 kg dengan total Rp.1.220.337.563,- di bandingkan tahun sebelumnya tahun 2017 yaitu sebesar 9.027 dengan total Rp. 1.083.240.000,-. (DKP Kabupaten Belitung)

Modal usaha

Seluruh responden yang membuka usaha teri krispi di Kabupaten Belitung menggunakan modal sendiri dan peralatan dapur seadanya untuk memulai usahanya. Modal yang dibutuhkan untuk membuka usaha ini awalnya sebesar Rp. 300.000,- dan terus mengalami peningkatan omsetnya sampai sekarang.

Hambatan usaha

Hambatan usaha yang dihadapi oleh pengusaha teri krispi adalah pemasaran, pengusaha memproduksi teri krispi hanya sesuai dengan jumlah pemesanan dari berbagai toko besar dan toko kecil dan pengusaha tidak memproduksi teri krispi terlalu berlebihan untuk menghindari produk yang tidak laku atau tidak di beli oleh konsumen, selain itu permasalahan yang memberikan dampak sangat signifikan yaitu menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung di pulau Belitung serta tidak adanya bagasi pesawat bagi wisatawan sehingga peran pemerintah sangat diharapkan untuk membantu pengusaha memasarkan produk unggulan teri krispi tersebut.

Peralatan produksi

Peralatan produksi merupakan peralatan yang digunakan dalam proses usaha teri krispi berupa kompor gas, wajan, saringan, spatula, baskom, dulang, plastik besar, blender, mesin spinner, mesin expired, mesin sealer. Kompor digunakan untuk memasak ikan teri sampai matang, wajan digunakan untuk menggoreng ikan teri, spatula digunakan untuk alat bantu mengangkat dan membolak-balik ikan teri agar tidak hangus, saringan digunakan untuk mengangkat dan meniriskan ikan teri yang telah matang, baskom digunakan untuk wadah adonan bumbu teri krispi, dulang digunakan untuk menaruh dan mendinginkan ikan teri yang panas, plastik besar digunakan untuk menyimpan ikan teri yang sudah di goreng, blender

digunakan untuk menghaluskan dan mencampur bumbu-bumbu teri krispi, mesin sealer digunakan untuk mengemas kemasan teri krispi, mesin spinner digunakan untuk mengurangi kadar minyak atau kadar air ikan teri, mesin expire digunakan untuk membuat kode yang menunjukkan kode produksi, masa kadaluarsa produk dan kode lainnya pada sebuah kemasan.

Teknis usaha teri krispi

Pembuatan ikan teri krispi menggunakan ikan teri segar hasil tangkapan nelayan. Biasanya pengusaha langsung membeli ke nelayan dan juga ke pasar. Hal terpenting dalam menjaga kualitas teri krispi dengan menggunakan mesin spinner untuk membantu mengurangi kadar air dan kadar minyak yang terkandung dalam teri krispi sehingga mampu memperpanjang masa kadaluarsa produk teri krispi. Merek dan kemasan produk juga merupakan hal yang penting dalam menarik konsumen, semakin unik merek dan kemasan maka para konsumen akan tertarik dan penasaran dan tentunya rasa tetap yang nomor satu. Dengan semakin mudahnya teknologi maka promosi juga perlu dalam memperkenalkan produk teri krispi keluar daerah belitung.

Analisis usaha teri krispi

Adapun biaya produksi yang dikeluarkan usaha teri krispi di Kabupaten Belitung meliputi biaya tetap dan biaya tidak tetap.

Biaya Investasi

Perhitungan usaha teri krispi sumsi proyek 10 tahun, biaya investasi termasuk biaya tanah dan bangunan, mesin dan peralatan. Semua biaya investasi dimulai dari tahun 0 sebelum operasi produksi dimulai. Sumber modal investasi dalam penelitian ini diasumsikan berasal dari dana individu.

Total investasi dari bisnis usaha teri krispi bapak miftahun adalah Rp. 71.590.00,- dan total nilai penyusutan per tahun adalah Rp. 2.013.331,- UKM Abel adalah Rp. 86.550.000,- dan total nilai penyusutan per tahun adalah Rp. 1.382.667,- UKM Juve adalah Rp. 69.590.000,- dan total nilai penyusutan per tahun adalah Rp.1.813.333,- Ibu Ita adalah Rp. 43.670.000,- dan total nilai penyusutan per tahun adalah Rp.1.404.333,- Ibu Nila adalah Rp.43.190.000,- dan total nilai penyusutan per tahun adalah Rp.985.667,-. Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa menghitung nilai penyusutan dengan cara jumlah dibagi dengan umur ekonomisnya sehingga dapatlah nilai penyusutan setiap tahunnya atau disebut metode garis lurus dengan beberapa peralatan diinvestasikan kembali setelah periode penggunaan berakhir. Alat-alat ini adalah Kompor, kual, baskom, dulang, saringan, spatula.

Biaya Operasional

Biaya operasional terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel merupakan biaya untuk sarana produksi yang dipakai dalam produksi yang langsung mempengaruhi jumlah produksi dan penggunaannya habis dipakai dalam satu kali proses produksi. Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, bahan pendukung, biaya pengemasan, dan utilitas. Biaya tetap merupakan biaya sarana produksi yang dipakai dalam produksi yang tidak langsung mempengaruhi

biaya produksi. Biaya tetap termasuk biaya pemeliharaan, gaji pekerja, dan penyusutan.

Pengusaha teri krispi bapak miftahun menggunakan biaya variabel per tahun adalah Rp. 3.613.680.000 sedangkan total biaya tetap per tahun adalah Rp. 534.223.333 Total biaya operasional per tahun adalah Rp. 3.079.456.667 Pengusaha teri krispi UKM Juve menggunakan Biaya variabel per tahun adalah Rp. 2.936.400.000 sedangkan total biaya tetap per tahun adalah Rp. 386.223.333 Total biaya operasional per tahun adalah Rp. 2.897.777.667 Pengusaha teri krispi UKM Abel menggunakan Biaya variabel per tahun adalah Rp. 1.665.360.000 sedangkan total biaya tetap per tahun adalah Rp. 316.476.666 Total biaya operasional per tahun adalah Rp. 1.348.883.334 Pengusaha teri krispi Ibu Ita menggunakan Biaya variabel per tahun adalah Rp. 856.697.143 sedangkan total biaya tetap per tahun adalah Rp. 255.813.333 Total biaya operasional per tahun adalah Rp. 600.883.810 Pengusaha teri krispi Ibu Nila menggunakan Biaya variabel per tahun adalah Rp. 326.108.571 sedangkan total biaya tetap per tahun adalah Rp. 145.946.667 Total biaya operasional per tahun adalah Rp. 180.161.904.

Analisis kelayakan ekonomi dalam penelitian ini meliputi Net Present Value (NPV), Return On Investment (ROI), Rasio B/C, Break Even Point (BEP), Payback Period (PP). Kondisi yang terjadi adalah harga bahan baku, harga jual tetap dan suku bunga 9,95%, mengacu pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BNI).

Pendapatan dan Keuntungan

Adapun pendapatan per tahun pengusaha pak Miftahun sebesar Rp. 4.490.083.333, pengusaha UKM Juve sebesar Rp. 3.945.653.333, pengusaha UKM Abel sebesar Rp. 2.336.780.667, pengusaha Ibu Ita sebesar Rp. 1.036.085.190, pengusaha Ibu Nila sebesar Rp. 246.959.095. Menurut Rahim dan Astuti (2007), pendapatan mempunyai hubungan yang erat dengan tingkat produksi, apabila produksi meningkat maka pendapatan cenderung meningkat dan sebaliknya.

Benefit Cost Ratio

Benefit Cost Ratio merupakan Perbandingan pendapatan (*Benefit*) dengan total biaya produksi (*Cost*) Besar nilai B/C dapat di ketahui apakah usaha tersebut menguntungkan atau tidak. Adapun Nilai BCR pengusaha Pak miftahun adalah 2,06, pengusaha UKM Juve adalah 2,14, pengusaha UKM Abel adalah 2,18, pengusaha Ibu Ita adalah 1,88 dan pengusaha Ibu Nila adalah 1,44 artinya secara keseluruhan nilai BCR nya lebih dari 1 maka investasi usaha teri krispi tersebut dianggap layak dan menguntungkan bagi usaha dimasa yang akan datang (Firdaus, 2017).

Break Even Point

Break Even Point mengetahui kondisi dimana usaha tidak mengalami kerugian atau total biaya produksi sama dengan total penjualan (Suratijah, 2015). Adapun BEP produksi setahun pak miftahun sebanyak 10.009 kg, UKM Juve sebanyak 7.073 kg, UKM Abel sebanyak 14.377 kg, Ibu Ita sebanyak 4.821 kg, dan Ibu Nila sebanyak 3.031 kg. Dan BEP penerimaan pertahun pak miftahun adalah Rp. 1.000.902.072, BEP

penerimaan UKM Juve adalah Rp. 707.3343.972, BEP penerimaan UKM Abel adalah Rp. 1.427.666.081, BEP penerimaan Ibu Ita adalah Rp. 482.058.627, dan BEP penerimaan Ibu Nila adalah Rp. 303.103.129. Artinya nilai tersebut adalah nilai yang harus di perlukan untuk mencapai titik impas.

Payback Period

Analisis *Payback Period* digunakan untuk mengetahui berapa lama waktu yang diperlukan untuk menutupi biaya investasi (Mulyadi, 2005). Adapun PP pak Miftahun yaitu 0,16 artinya jangka waktu pengembalian setelah dibagi keuntungan yaitu 1 bulan 18 hari, PP UKM Juve yaitu 0,18 artinya 1 bulan 21 hari, PP UKM Abel yaitu 0,36 artinya 3 bulan 18 hari, PP Ibu Ita yaitu 0,41 artinya 4 bulan 3 hari dan PP Ibu Nila yaitu 1,50 artinya 1 tahun 6 bulan. Menurut Farhaby (2019) kegiatan usaha perikanan layak untuk di operasikan apabila pengembalian modal lebih pendek waktunya dari pada maksimum waktu balik modal.

Net Present Value

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara *benefit* (penerimaan) dengan *cost* (pengeluaran) yang telah perkiraan manfaat/ *benefit* dari proyek yang direncanakan. Nilai NPV untuk produk teri krispi Bapak Miftahun 10 tahun kedepan adalah Rp. 2.738.011.591, Nilai NPV untuk produk teri krispi UKM Juve 10 tahun kedepan adalah Rp. 2.359.803.128, Nilai NPV untuk produk teri krispi UKM Abel 10 tahun kedepan adalah Rp. 1.406.068.194, Nilai NPV untuk produk teri krispi Ibu Ita 10 tahun kedepan adalah Rp. 621.548.788, Nilai NPV untuk produk teri krispi Ibu Nila 10 tahun kedepan adalah Rp. 135.691.782 Produk Teri krispi semua pengusaha memiliki nilai NPV > 0, artinya produk tersebut layak untuk diusahakan. Sesuai dengan pernyataan Soekartawi (1995) yang menyatakan bahwa suatu usaha dikatakan layak apabila NPV > 0.

Return on Investment (ROI)

Return on Investment adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. Adapun nilai ROI Bapak Miftahun yaitu 108%, nilai ROI UKM Juve yaitu 121%, nilai ROI UKM Abel yaitu 118%, nilai ROI Ibu Ita yaitu 92% dan nilai ROI Ibu Nila yaitu 52%. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai ROI tertinggi yaitu UKM Juve dan nilai terkecil yaitu Ibu Nila. Menurut Hesty Maryati (2014) ROI di pengaruhi oleh dua faktor yaitu tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dan profit /keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan hasil produk teri krispi yang dihasilkan oleh pengusaha yang berjalan sampai ke tangan konsumen melalui proses pemasaran. Dalam perekonomian yang telah maju, kebanyakan produsen tidak menjual hasil produksi mereka secara langsung kepada pemakai akhir. Diantara para produsen dan pemakai terakhir terdapat jumlah besar pedagang perantara yang menjalankan berbagai fungsi. Ada perantara misalnya pedagang besar dan pedagang pengecer yang membeli, memiliki hak dan menjual kembali barang/produk bersangkutan.

Adapun saluran pemasaran dalam penelitian ini sebagai berikut

1. Produsen → konsumen

Pada saluran pemasaran pertama pengusaha teri krispi menjual langsung teri krispi ke tangan konsumen akhir. Saluran pemasaran seperti ini biasanya lebih menguntungkan bagi pengusaha karena konsumen akan membeli produk teri krispi ke lokasi tempat produksi langsung sehingga pengusaha tidak disibukkan untuk mengantar produk ke toko-toko besar.

2. Produsen → Pengecer → konsumen

Pada saluran pemasaran kedua pengusaha teri krispi menjual langsung teri krispi kepada pengecer barulah pengecer menjual produk ke tangan konsumen. Saluran ini biasanya lebih menguntungkan pengusaha teri krispi, karena pengecer akan memesan produk teri krispi dalam jumlah besar sehingga pengusaha memproduksi teri krispi dalam jumlah besar juga.

Adapun pihak-pihak yang berperan dalam pemasaran usaha teri krispi kepada konsumen yaitu:

1. Produsen adalah pihak yang membuat/menyediakan produk teri krispi, lalu menjualnya kepada lembaga-lembaga pemasaran yang terdiri dari pengecer dan konsumen.
2. Pengecer adalah pelaku pemasaran yang berinteraksi langsung dengan pihak konsumen seperti outlet, toko oleh-oleh, minimarket, warung, dan galeri UMKM.
3. Konsumen tingkat akhir merupakan tempat pemasaran terakhir yang dilakukan pengecer teri krispi.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga dari dua atau lebih tingkat rantai pemasaran atau antara harga ditingkat produsen dan harga eceran ditingkat konsumen. Margin pemasaran sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan pemasaran sejak dari tingkat produsen ke tingkat konsumen akhir. Semua kegiatan pemasaran memerlukan biaya yang disebut biaya pemasaran yang meliputi semua jenis biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga yang terlibat didalam pemasaran, tetapi tidak menunjukkan kuantitas pemasaran produk. Margin pemasaran dihitung sebagai selisih harga jual di tingkat pengusaha dengan harga jual ditingkat pedagang.

Analisis margin pemasaran dibedakan menjadi 2 saluran pemasaran:

1. Analisis Margin pemasaran pada saluran pemasaran I produsen langsung menjual ke konsumen tingkat akhir.
2. Analisis Margin pemasaran pada saluran pemasaran II produsen menjual ke pengecer dan konsumen tingkat akhir di Kabupaten Belitung.

Pada Saluran pemasaran pertama produsen menjual teri krispi ke konsumen akhir. Tidak terdapat selisih harga produk dari produsen ke konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 10.000, karena konsumen mendatangi langsung ke lokasi usaha, sehingga produsen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mengantarkan produk ke tempat lain. Pada saluran pemasaran ini jarang dijumpai karna konsumen lebih tertarik untuk

belanja di toko oleh-oleh atau galeri UMKM langsung. Biasanya pihak travel sudah bekerjasama dengan pihak produsen ketika ada konsumen yang mengunjungi lokasi usaha, sehingga pihak travel juga mendapatkan keuntungan dengan mendatangkan konsumen ketempat usahanya. Saluran pemasaran ini biasa dilakukan lewat online ke berbagai daerah (Pangkalpinang) dan biaya ongkos kirimnya di tanggung oleh pembeli.

Adapun Saluran pemasaran kedua, pengusaha menjual teri krispi ke pengecer sebesar Rp.10.000,-/100gr dengan harga jual ke konsumen akhir Rp.16.000,-/100gr. Pengecer menjual teri krispi dengan harga tersebut sudah melalui kesepakatan antara pihak produsen dan pengecer, agar tidak ada perbedaan harga di semua pengecer dan harga teri krispi menjadi stabil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk ikan teri krispi di Kabupaten Belitung memiliki kriteria kelayakan dengan nilai PBP 0,52 tahun; NPV Rp1.401.926.475; Rasio B / C 1,94; dan ROI 98 %, BEP produk 7.842 kg dan BEP penerimaan Rp. 784.214.786. Nilai NPV rata-rata sebesar Rp.1.451.926.475 dan B/C Ratio rata-rata pengusaha sebesar 1,94. Nilai NPV dan BCR >1 maka usaha teri krispi di Kabupaten Belitung layak untuk dilaksanakan.
2. Saluran pemasaran usaha teri krispi di Kabupaten Belitung yaitu terdapat 2 jenis pemasaran yaitu:
 - a. Produsen - konsumen akhir
 - b. Produsen – pedagang besar – konsumen akhir

Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah

1. Perlu adanya peningkatan pembinaan berkelanjutan dari dinas terkait untuk meningkatkan nilai tambah produk usaha teri krispi.
2. Pihak pemerintah membantu mencari investor untuk pemasaran ke luar daerah sehingga usaha teri krispi dapat lebih meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Alm. Sugiman dan Alm. Makhyulia yang telah menjadi orang tua tercinta yang sangat hebat bagi Penulis.
2. Pembimbing utama sekaligus “Bapak” di kehidupan kampus, Kurniawan, S.Pi., M.Si dan pembimbing pendamping saya sekaligus “ibu” di kehidupan kampus Endang Bidayani, S.Pi., M.Si yang dengan penuh kesabaran membimbing Penulis dari awal di masa Sarjana hingga saat ini.
3. Kawan seperjuangan jurusan manajemen sumberdaya perairan angkatan 2015 yang telah memberikan dorongan, motivasi dan semangat penulis yang tidak dapat dituliskan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2017). Kabupaten Belitung Dalam Angka. Belitung: BPS Kabupaten Belitung.
- Burhanuddin, A. I. 2008. Ikhtologi Ikan dan Aspek Kehidupannya. Makassar: Yayasan Citra Emulsi.
- Pelabuhan Perikanan Nusantara. 2017. Belitung Dalam Angka.. Belitung : PPN Kabupaten Belitung
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Lampung. 2010. Inventarisasi dan Informasi Pengolahan dan Perikanan Provinsi Lampung 2010. Bandar Lampung.
- Fachruddin, K. 2004. Pendekatan Analisa Cost Benefit Sebagai Alat Pengambil Keputusan Dalam Menentukan Konservasi Daerah Lahan Basah. Makalah pribadi. Sekolah Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Heruwati E S. 2002. Pengolahan Ikan Secara Tradisional: Prospek dan Peluang. Jakarta: *Jurnal Litbang Pertanian* 21(3): 92-99.
- Jayanto, Bagi. B., bambang, Azis.N., dan Boesono, H. 2013. Analisis Produksi Dan Keragaan Usaha Garuk Udang Di Perairan Kota Semarang. *Jurnal Saintek Perikanan* Vol.8 (2): Hlm 57-62.
- J. Stanton, William.2007. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 7 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.
- Monintja, D. R. 2001. Pemanfaatan Sumberdaya Pesisir dalam Bidang Perikanan Tangkap. Prosiding Pelatihan Pengelolaan Wilayah Pesisir Terpadu. Pusat Kajian Sumberdaya Pesisir dan Lautan. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Nazir. 2005. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1990 tentang Usaha Perikanan.
- Puspita. 2011. Fungsi Pemasaran. Edisi Sepuluh. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rahim A, Hastuti DRD. 2007. Ekonomi Pertanian (Pengantar, Teori, dan Kasus) Jakarta (ID) : Penerbit Penebar Swadaya.
- Rosyidi, Suherman.2006. Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan makro (Edisi Revisi). PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudirman, 2004. Teknik Penangkapan Ikan. Padang: Rineka Cipta.
- Sugiarto, A.2005. Korespondensi Bisnis. Yogyakarta: Gaya Media.
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta
- Suratijah, K. 2015. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya. Jakarta

