i tabaos, Vol. 5 No. 1 **Februari, 2025**
E-ISSN: 2829-8179

ANALISIS RANTAI NILAI IKAN ASAP DI KECAMATAN SIRIMAU DAN NUSANIWE, KOTA AMBON

(*SMOKED FISH VALUE CHAIN ANALYSIS IN SIRIMAU AND NUSANIWE DISTRICT, AMBON CITY*)

Nani Rani[1], Ariviana L. Kakerissa[1], Alfredo Tutuhatunewa[2]
[1] Program Studi Teknik Industri, Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia

* *E-mail*: naniranii93@gmail.com

ABSTRAK

Produk olahan ikan di Kota Ambon tercatat dalam bentuk Pengasapan dan Pembekuan. Pengolahan ikan asap menggunakan metode pengasapan panas secara terbuka dengan bahan bakar berupa kayu dan tempurung kelapa. Proses penyampaian dari bahan baku utama produk untuk sampai ke tangan pengolah dan sampai ke konsumen akhir pastinya akan banyak melibatkan pelaku dalam aktivitas setiap rantai. Tujuan dari penelitian ini adalah pemetaan rantai nilai ikan asap, analisis rantai nilai untuk mengetahui nilai tambah dan efisiensi pemasaran dan menggunakan Value Chain Analysis. Hasil yang diperoleh pemetaan rantai nilai pada ikan asap dilakukan dengan identifikasi setiap pelaku-pelaku rantai nilai yaitu nelayan, cold stage, pedagang pengumpul, pelaku usaha, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Rantai nilai ikan asap yang memiliki nilai tambah yang besar yaitu saluran pemasaran keempat yaitu Rp. 47.000/kg. Untuk saluran pemasaran yang efisien yaitu saluran pemasaran ketujuh karena nilai Famer`s Share (FS) 86% lebih besar dari Marjin pemasaran (MP) 14%. Dengan konsep Porter, identifkasi dan analisis aktivitas-aktivitas produksi ikan asap dikatakan bahwa kualitas produksi ikan asap mendapatkan nilai tambah yang cukup besar dengan adanya startegi pemasaran produksi ikan asap dari pelaku ikan asap di Kec. Sirimau dan Nusaniwe, Kota Ambon.

Kata kunci : Ikan asap, Pemetaan rantai nilai, Analisis rantai nilai

ABSTRACT

Processed fish products in Ambon City are recorded in the form of Smoking and Freezing. Smoked fish processing uses an open hot smoking method with fuel in the form of wood and coconut shells. The process of delivering the main raw materials of the product to the hands of the processor and to the end consumer will certainly involve many actors in the activities of each chain. The purpose of this study is to map the smoked fish value chain, analyze the value chain to determine the added value and marketing efficiency and use Value Chain Analysis. The results obtained from the mapping of the value chain in smoked fish are carried out by identifying each actor in the value chain, namely fishermen, cold stage, collectors, business actors, retailers and end consumers. The smoked fish value chain that has a large added value is the fourth marketing channel, which is IDR 47,000 / kg. For efficient marketing channels, namely the seventh marketing channel because the Famer`s Share (FS) value of 86% is greater than the Marketing Margin (MP) of 14%. With Porter's concept, identification and analysis of smoked fish production activities, it is said that the quality of smoked fish production gets quite a large added value with the marketing strategy of smoked fish production from smoked fish actors in Sirimau and Nusaniwe Districts, Ambon City.

Keywords : *Smoked fish, Value chain mapping, Value chain analysis*

1. PENDAHULUAN

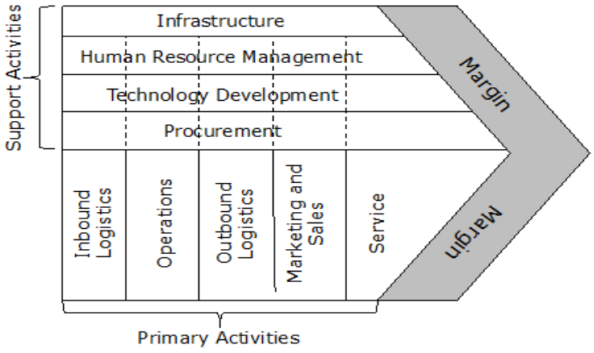
Ikan asap merupakan salah satu olahan tradisional untuk meningkatkan nilai ekonomis daerah dan tentu dapat meningkatkan daya tahan ikan dengan pemasaran dalam lingkup Pulau Ambon dan pasar dalam negeri. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa pengusaha ikan asap di Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe, diketahui bahwa bahan mentah ikan segar yang diolah adalah ikan cakalang dan tatihu. Pengolahan ikan asap menggunakan metode pengasapan panas secara terbuka dengan bahan bakar berupa kayu dan tempurung kelapa.

Keberlanjutan usaha pengolahan ikan asap ini sangat bergantung pada kontinuitas pasokan ikan tatihu dan ikan cakalang sebagai bahan baku utama. Oleh karena itu, tentu perlu adanya kerjasama antara berbagai pihak yang terlibat dalam industri pengolahan ikan tatihu dan ikan cakalang, baik pelaku usaha dan pemerintah dalam menjaga ketersediaan produksi hingga ke tangan pengolah ikan asap. Dengan demikian proses penyampaian dari bahan baku utama produk untuk sampai ke tangan pengolah dan sampai ke konsumen akhir pastinya akan banyak melibatkan pelaku dalam aktivitas setiap rantai. Oleh karena itu, untuk melihat nilai dari produksi ikan asap salah satu caranya adalah melihat Rantai Nilai atau *Value Chain Analysis* Ikan Asap. Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis rantai nilai ikan asap di Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe, Kota Ambon.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Konsep Rantai Nilai

Porter (1985) membagi aktivitas-aktivitas *value chain* menjadi dua jenis, yaitu *primary activities* dan *supported activities*. Semua fungsi dari aktivitas-aktivitas tersebut adalah untuk meningkatkan margin dan kemampuan kompetitif perusahaan/organisasi. Dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model *Value Chain* (Porter, 1985)

b. Nilai Tambah (Value added)

Value added adalah suatu konsep yang menekankan pada penambahan nilai produk selama proses di dalam perusahaan atau di dalam system (Periansya, 2011; Saputro, 2016). Analisis proses penambahan nilai harus dimulai saat pembentukan nilai yang terjadi di pemasok bahan baku, proses penambahan nilai yang dilakukan oleh perusahaan hingga produk selesai diproses, proses distribusi produk ke tangan konsumen dan penanganan setelah itu (Govindarajan et al., 1993).

3. METODE PENELITIAN

a. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2021 – Maret 2022 yang bertempat di Kecamatan Sirimau (Desa Batumerah, Desa Pandan Kasturi, Desa Hative Kecil dan Desa Batu Meja) dan Nusaniwe (Kelurahan Silale dan Pasar Tradisional Mardika), Kota Ambon. Pemilihan

lokasi dilakukan secara *purposive* karena daerah-daerah ini merupakan sentra-sentra produksi ikan asap di Kota Ambon.

b. Jenis dan Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan. Data sekunder diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ambon (2015), jurnal-jurnal penelitian, skripsi, artikel-artikel lainnya.

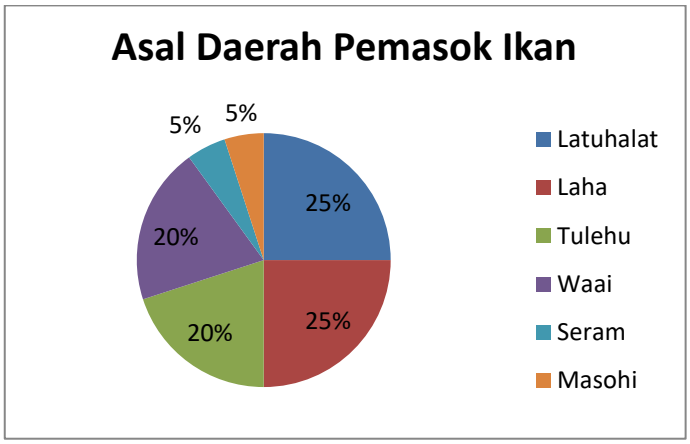
c. Metode Analisis

Metode analisis data yang diterapkan yaitu secara kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan secara kualitiatif digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitian terkait rantai nilai (*value chain*). Kuantitatif digunakan untuk perhitungan nilai tambah dan efisiensi pemasaran.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

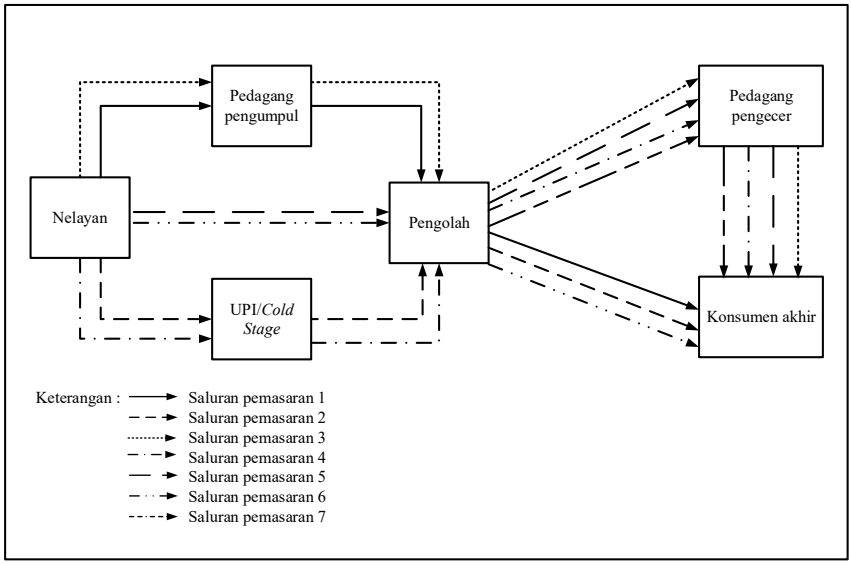
a. Pemetaan (Mapping) Rantai Nilai Ikan Asap

Untuk mengetahui rantai pemasaran pada ikan asap, maka diperlukannya identifikasi terkait informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan teknik pengumpulan data yakni observasi dan wawancara, maka penulis mendapatkan hasil bahwa Nelayan yang sebagai pemasok utama ikan segar berasal dari daerah Latuhalat, Laha, Tulehu, Waai, Seram dan Masohi. Adapun persentase dari hasil yang diperoleh dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Persentase Asal Daerah Pemasok Ikan di Kota Ambon

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ambon, pengolah ikan asap yang berada di Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe berjumlah 21 orang yang berada di Desa Hative Kecil dan Silale. Namun setelah ditinjau kembali ke lokasi penelitian, pengolah ikan asap yang masih aktif hingga saat ini berjumlah 13 orang. Pengolah ikan asap yang sudah tidak aktif, dikarenakan sebagian besar profit keuntungan yang didapatkan dari mereka mulai berkurang kemudian sebagian dari mereka sudah beralih profesi. Adapun pengolahan ikan asap yang sudah ditinjau kembali dibeberapa lokasi penjualan ikan asap di Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe berjumlah 29 pelaku usaha ikan asap. Pengolah ikan asap yang berada di beberapa tempat memiliki 7 rantai pemasaran yang dapat dilihat pada Gambar 3.

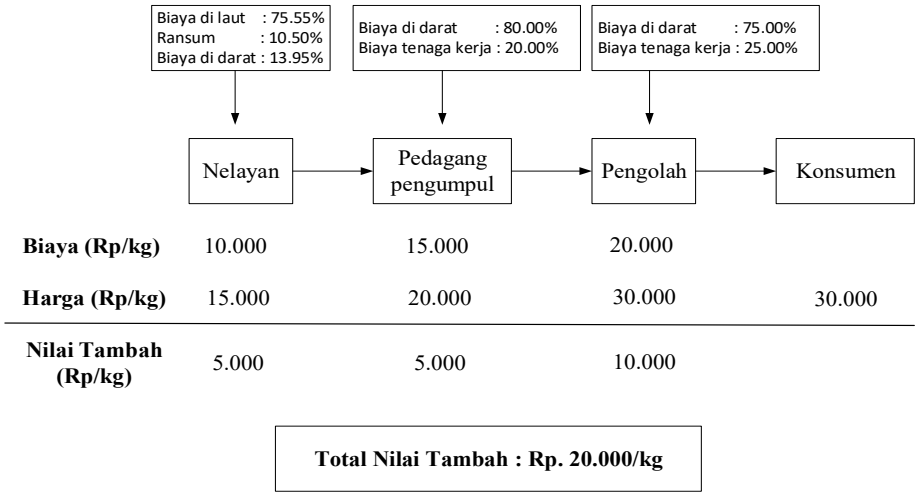


Gambar 3. Pemetaan Rantai Nilai Ikan Asap di Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe, Kota Ambon

b. Analisis Value Chain Ikan Asap

Analisis rantai nilai ikan asap di Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe, Kota Ambon dilakukan pada setiap saluran pemasaran yang terbentuk seperti berikut:

1. Saluran Pemasaran 1: Nelayan-Pedagang Pengumpul-Pengolah-Konsumen

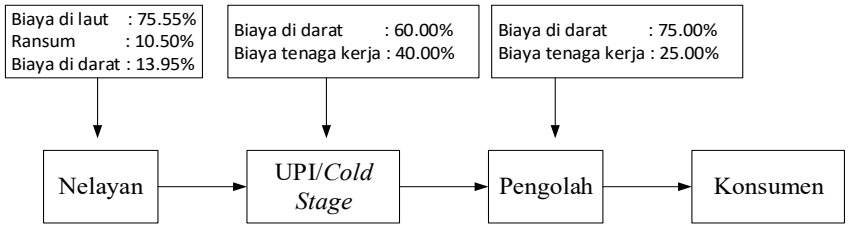


Gambar 4. Pemetaan Analisis Rantai Nilai Ikan Asap dari Nelayan ke Pedagang Pengumpul

Gambar 4 menunjukan rantai nilai ikan asap dari Nelayan-Pedagang Pengumpul-Pengolah-Konsumen dapat dilihat dengan jelas bahwa, Nelayan mengeluarkan biaya yang cukup besar di laut dengan persentase 75.55%, biaya ransum (makanan) sebesar 10.50% dan biaya di darat dengan persentase 13.95%, sehingga Nelayan menjual ikan segar hasil tangkapannya dengan harga Rp. 15.000,-/kg ke Pedagang Pengumpul. Adapun Pedagang Pengumpul mengeluarkan biaya yang cukup besar di darat dengan persentase 80.00% dan biaya tenaga kerja dengan persentase 20.00% sehingga Pedagang Pengumpul menjual ikan segar tersebut ke Pengolah ikan asap dengan harga Rp. 20.000,-/kg. Setelah Pengolah mendapatkan ikan segar dan mengolahnya menjadi ikan asap, maka Pengolah langsung memasarkannya ke Konsumen dengan harga rata-rata Rp. 30.000,-/kg dengan biaya di darat yang cukup besar dengan persentase 75.00% dan biaya tenaga kerja dengan persentase 25.00%. Adapun nilai tambah untuk pengolah lebih besar dengan nilai Rp. 10.000/kg, hasil ini didapat dari harga ikan asap (Rp. 30.000/kg) dikurangi dengan biaya

antara yang terdiri dari biaya bahan baku dan bahan pendukung (Rp. 20.000/kg). Dan total nilai tambah dalam saluran pemasaran kesatu adalah Rp. 20.000/kg.

2. Saluran Pemasaran 2: Nelayan-UPI/*Cold Stage*-Pengolah-Konsumen



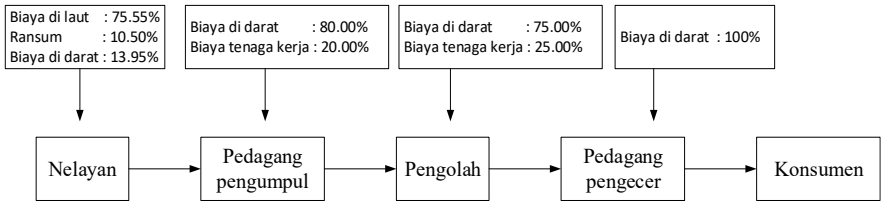
Biaya (Rp/kg)	10.000	18.000	20.000	
Harga (Rp/kg)	15.000	25.000	30.000	30.000
Nilai Tambah (Rp/kg)	5.000	7.000	10.000	

Total Nilai Tambah : Rp. 22.000/kg

Gambar 5. Analisis Rantai Nilai Ikan Asap dari Nelayan ke UPI/*Cold Stage*

Adapun nilai tambah untuk pengolah lebih besar dengan nilai Rp. 10.000/kg, hasil ini didapat dari harga ikan asap (Rp. 30.000/kg) dikurangi dengan biaya antara yang terdiri dari biaya bahan baku dan bahan pendukung (Rp. 20.000/kg). Dan total nilai tambah dalam saluran pemasaran kesatu adalah Rp. 22.000/kg.

3. Saluran Pemasaran 3: Nelayan-Pedagang Pengumpul-Pengolah-Pedagang-Pengecek-Konsumen.



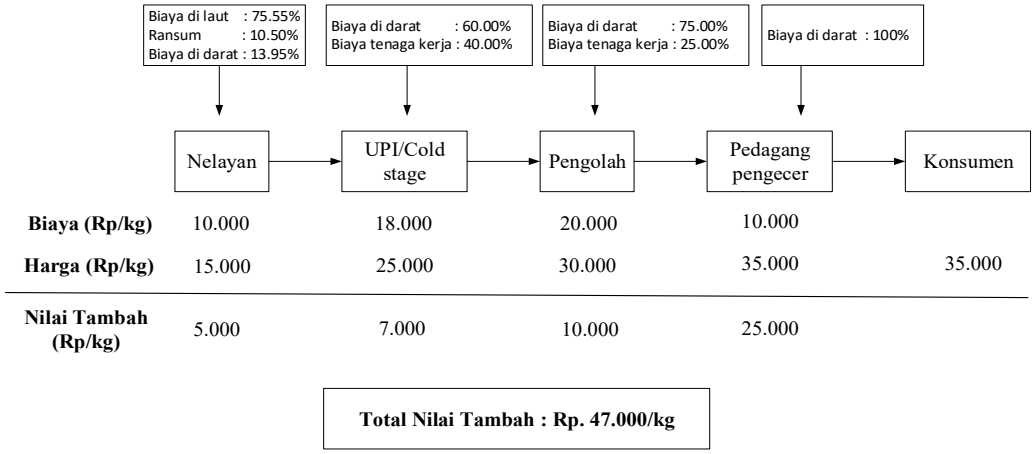
Biaya (Rp/kg)	10.000	15.000	20.000	10.000	
Harga (Rp/kg)	15.000	20.000	30.000	35.000	35.000
Nilai Tambah (Rp/kg)	5.000	5.000	10.000	25.000	

Total Nilai Tambah : Rp. 45.000/kg

Gambar 6. Analisis Rantai Nilai Ikan Asap dari Nelayan ke Pedagang Pengecer Melalui Perdagangan Pengumpul

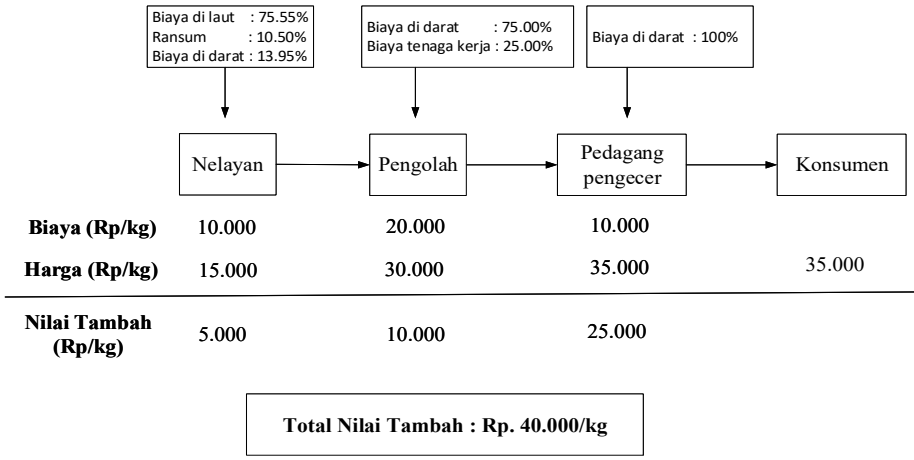
Adapun nilai tambah untuk pedagang pengecer lebih besar dengan nilai Rp. 25.000/kg, hasil ini didapat dari harga ikan asap (Rp. 35.000/kg) dikurangi dengan biaya antara yang terdiri dari biaya bahan baku dan bahan pendukung (Rp. 20.000/kg). Dan total nilai tambah dalam saluran pemasaran kesatu adalah Rp. 10.000/kg.

4. Saluran Pemasaran 4: Nelayan-UPI/*Cold stage*-Pengolah-Pedagang-Pengecer-Konsumen



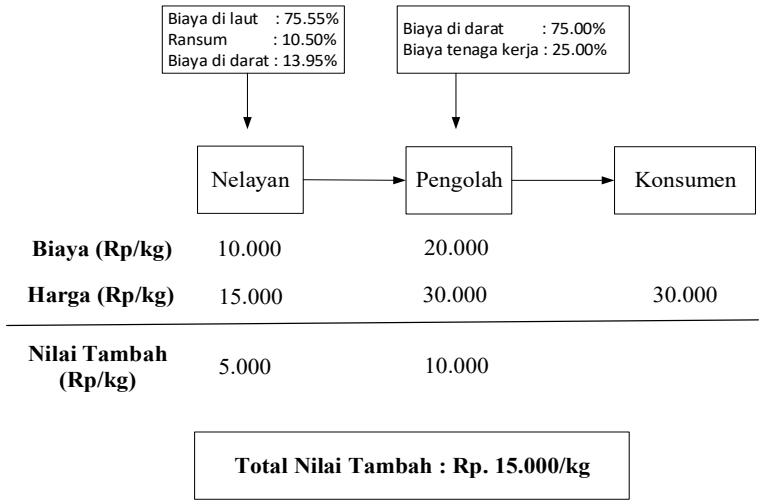
Gambar 7. Analisis Rantai Nilai Ikan Asap dari Nelayan ke Pedagang Pengecer Melalui UPI/*Cold stage*

5. Saluran Pemasaran 5: Nelayan-Pengolah-Pedagang Pengecer-Konsumen



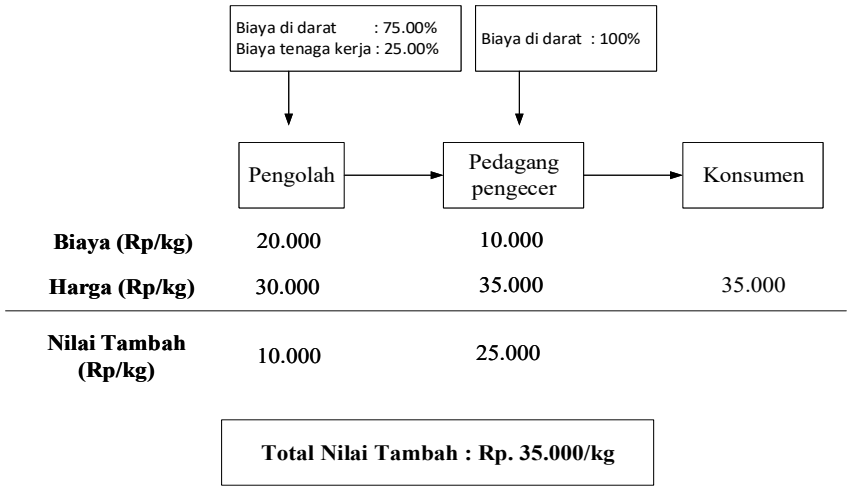
Gambar 8. Analisis Rantai Nilai Ikan Asap dari Nelayan ke Pedagang Pengecer melalui Pengolah

6. Saluran Pemasaran 6: Nelayan-Pengolah-Konsumen



Gambar 9. Analisis Rantai Nilai Ikan Asap dari Nelayan ke Pengolah

7. Saluran Pemasaran 7: Pengolah-Pedagang Pengecer-Konsumen



Gambar 10. Analisis Rantai Nilai Ikan Asap dari Pengolah ke Pedagang Pengecer

c. Analisis Efisiensi Pemasaran Rantai Nilai Ikan Asap

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Suatu pemasaran dikatakan efisien jika *farmer's share* lebih besar dari marjin pemasaran (Azzaino, 1991).

FS = (harga di tingkat nelayan ÷ harga di tingkat konsumen) × 100%

Berikut adalah analisis efisiensi pemasaran rantai nilai ikan asap di Kecamatan Sirimau dan Nusaniwe, Kota Ambon. Pada Tabel 1 untuk analisis efisiensi rantai nilai 1 ikan asap dapat dilihat dengan jelas bahwa marjin pemasaran untuk rantai 1 adalah Rp. 15.000,- hasil ini didapat dari harga konsumen kurang harga nelayan. Kemudian persentase dari marjin pemasaran terhadap harga jual sebesar 50%. Adapun persentase untuk pedagang pengumpul sebesar 45,8% dan pengolah sebesar 54,2%.

Hasil dari *Farmer's Share* (FS) untuk rantai 1 adalah 50%. Dengan demikian, kriteria efisiensi untuk rantai 1 dikatakan netral karena *Farmer's Share* (FS) sama dengan Marjin Pemasaran (MP).

Tabel 1. Efisiensi Rantai Nilai 1 Ikan Asap

Rantai 1	
Uraian	**Keterangan**
Harga nelayan	15.000
Harga konsumen	30.000
Marjin pemasaran	15.000
%Marjin pemasaran terhadap harga jual	50%
%Untuk pedagang pengumpul	45,8%
%Untuk pengolah	54,2%
Farmer's Share (FS)	50%
Kriteria efisiensi	Netral karena FS=MP

Hasil dari *Farmer's Share* (FS) untuk rantai 2 adalah 50 (Tabel 2). Dengan demikian, kriteria efisiensi untuk rantai 2 dikatakan netral karena *Farmer's Share* (FS) sama dengan Marjin Pemasaran (MP).

Tabel 2. Efisiensi Rantai Nilai 2 Ikan Asap

Rantai 2	
Uraian	**Keterangan**
Harga nelayan	15.000
Harga konsumen	30.000
Marjin pemasaran	15.000
%Marjin pemasaran terhadap harga jual	50%
%Untuk UPI/Cold Stage	45%
%Untuk pengolah	55%
Farmer's Share (FS)	50%
Kriteria efisiensi	Netral karena FS=MP

Hasil dari *Farmer's Share* (FS) untuk rantai 3 adalah 43% (Tabel 3). Dengan demikian, kriteria efisiensi untuk rantai 3 dikatakan tidak efisien karena *Farmer's Share* (FS) < Marjin Pemasaran (MP).

Tabel 3. Efisiensi Rantai Nilai 3 Ikan Asap

Rantai 3	
Uraian	**Keterangan**
Harga nelayan	15.000
Harga konsumen	35.000
Marjin pemasaran	20.000
%Marjin pemasaran terhadap harga jual	57%
%Untuk pedagang pengumpul	20%
%Untuk pengolah	70%
%Untuk pedagang pengecer	10%
Farmer's Share (FS)	43%
Kriteria efisiensi	Tidak efisien karena FS<MP

Hasil dari *Farmer's Share* (FS) untuk rantai 4 adalah 43% (Tabel 4). Dengan demikian, kriteria efisiensi untuk rantai 4 dikatakan tidak efisien karena *Farmer's Share* (FS) < Marjin Pemasaran (MP).

Tabel 4. Efisiensi Rantai Nilai 4 Ikan Asap

Rantai 4	
Uraian	**Keterangan**
Harga nelayan	15.000
Harga konsumen	35.000
Marjin pemasaran	20.000
%Marjin pemasaran terhadap harga jual	57%
%Untuk UPI/Cold Stage	20%
%Untuk pengolah	70%
%Untuk pedagang pengecer	10%
Farmer's Share (FS)	43%
Kriteria efisiensi	Tidak efisien karena FS<MP

Hasil dari *Farmer's Share* (FS) untuk rantai 5 adalah 43% (Tabel 5). Dengan demikian, kriteria efisiensi untuk rantai 5 dikatakan tidak efisien karena *Farmer's Share* (FS) < Marjin Pemasaran (MP).

Sementara, Hasil dari *Farmer's Share* (FS) untuk rantai 6 adalah 50% (Tabel 6). Dengan demikian, kriteria efisiensi untuk rantai 6 dikatakan netral karena *Farmer's Share* (FS) = Marjin Pemasaran (MP).

Tabel 5. Efisiensi Rantai Nilai 5 Ikan Asap

Rantai 5	
Uraian	**Keterangan**
Harga nelayan	15.000
Harga konsumen	35.000
Marjin pemasaran	20.000
%Marjin pemasaran terhadap harga jual	57%
%Untuk pengolah	85%
%Untuk pedagang pengecer	15%
Farmer's Share (FS)	43%
Kriteria efisiensi	Tidak efisien karena FS<MP

Tabel 6. Efisiensi Rantai Nilai 6 Ikan Asap

Rantai 6	
Uraian	**Keterangan**
Harga nelayan	15.000
Harga konsumen	30.000
Marjin pemasaran	15.000
%Marjin pemasaran terhadap harga jual	50%
%Untuk pengolah	100%
Farmer's Share (FS)	50%
Kriteria efisiensi	Netral karena FS=MP

Hasil dari *Farmer's Share* (FS) untuk rantai 7 adalah 86% (Tabel 7). Dengan demikian, kriteria efisiensi untuk rantai 7 dikatakan efisien karena FS>MP.

Tabel 7. Efisiensi Rantai Nilai 7 Ikan Asap

Rantai 7	
Uraian	**Keterangan**
Harga pengolah	30.000
Harga konsumen	35.000
Marjin pemasaran	5.000
%Marjin pemasaran terhadap harga jual	14%
%Untuk pedagang pengecer	100%
Farmer's Share (FS)	86%
Kriteria efisiensi	Efisien karena FS>MP

Tabel 8. Aktivitas Pendukung Ikan Asap

No.	**Aktivitas Pendukung**	**Keterangan**
1	Infrastruktur	Penyediaan lokasi produksi, penyediaan lokasi penjualan ikan asap, pengembangan rencana aktivitas kerja
2	*Human resources management*	Memfasilitasi dan memberikan upah bonus bagi tenaga kerja
3	*Technology development*	Pengembangan teknik produksi serta *upgrading* cara produksi ikan asap dan manajemen informasi
4	*Procurement*	Pembelian dan persediaan bahan baku ikan asap

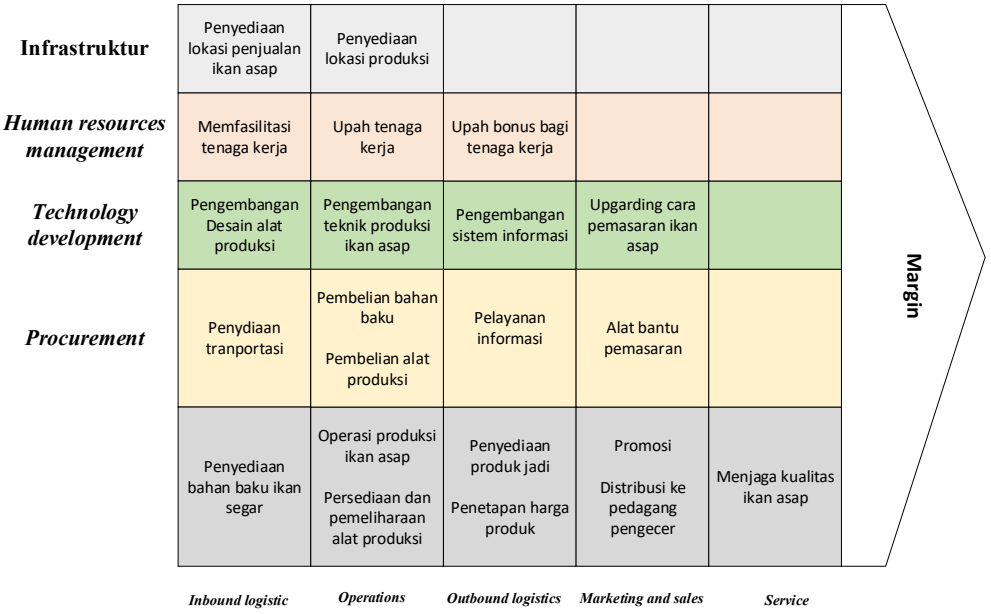
Tabel 8 merupakan daftar aktivitas pendukung pada value chain ikan asap di Kec. Sirimau dan Nusaniwe, Kota Ambon yang terdiri *infrastucture*, *Human Resource management*, *Technology Development* dan *Procurement*. Sedangkan untuk aktivitas primer dari produksi ikan asap pada Tabel 8.

Aktivitas *value chain* pada produksi ikan asap dimulai dari proses pengadaan bahan baku, memotong dan membersihkan ikan, kemudian ditusuk menggunakan sebatang bambu yang sudah ditentukan ukurannya, kemudian direkatkan dengan alat benang, kawat dan parsel agar ketika ikan diasapkan maka ikan tidak terlepas dari batang bambu. Selanjutnya dibersihkan kembali menggunakan air bersih, setelah itu ikan diasap dengan alat pengasapan berupa tungku pengasapan manual dengan bahan bakar berupa kayu, hingga proses penjualan. Seluruh aktivitas-aktivitas primer yang telah dijabarkan pada Tabel 9 merupakan aktivitas-aktivitas utama untuk memproduksi ikan asap dan aktivitas-aktivitas yang mendukungnya.

Tabel 9. Aktivitas Primer Produksi Ikan Asap

No.	Aktivitas Primer	Keterangan
1	*Inbound logistic*	Penerimaan bahan baku utama adalah ikan dengan jenis ikan yang digunakan untuk dijadikan ikan asap adalah ikan cakalang dan ikan tuna yang ikan tersebut diperoleh dar berbagai pemasok ikan segar seperti nelayan, *cold stage* dan pedagang pengumpul. Penyimpanan bahan baku menggunakan *frizer* agar kualitas dari bahan baku utama yakni ikan segar dapat bertahan dengan lama.
2	*Operations*	Proses produksi ikan asap dilakukan dengan teknik pengasapan. Proses pertama yang dilakukan adalah memotong dan membersihkan ikan, kemudian ditusuk menggunakan sebatang bamboo yang sudah ditentukan ukurannya, kemudian direkatkan dengan alat benang, kawat dan parsel agar ketika ikan diasapkan maka ikan tidak terlepas dari batang bamboo. Selanjutnya dibersihkan kembali menggunakan air bersih, setelah itu ikan diasap dengan alat pengasapan berupa tungku pengsapan manual dengan bahan bakar berupa kayu. Alat-alat produksi yang digunakan yakni bambu, benang, kawat, parsel, daun pisang dan untuk alat pengasapan yang digunakan adalah tungku pengasapan manual dengan bahan bakar berupa kayu. Kemasan ikan asap yang digunakanpun masih sangat sederhana yakni kantong plastik.
3	*Outbound logistics*	Penyimpanan bahan jadi atau ikan asap berupa etalase kaca agar terjaga kuliatas dari ikan asap. Penetapan harga ikan asap yang telah ditentukan rata-rata dengan harga Rp. 30.000,- per ekor.
4	*Marketing and sales*	Web penjualan ikan asap sebagai promosi dan periklanan bagi usaha ikan asap seperti pelaku ikan asap di Kec. Sirimau Desa Hative Kecil. Target konsumen dari usaha ikan asap untuk semua golongan.
5	*Service*	Penyesuaian produk ikan asap dengan memperhatikan keluhan pelanggan dan menjaga kualitas ikan asap agar selalu terjaga dengan etalase kaca.

Gambar 11 menggambarkan bagaimana operasi dari setiap elemen pada rantai nilai yang ada pada produksi ikan asap di Kec. Sirimau dan Nusaniwe, Kota Ambon. Perumusan dari rantai nilai tersebut didasarkan pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha ikan asap di setiap fase elemen yang diintegrasikan pada sebuah formula pembentukan rantai nilai atau *value chain*.



Gambar 11. Rantai Nilai Ikan Asap

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa pemetaan rantai nilai pada ikan asap dilakukan dengan identifikasi setiap pelaku-pelaku rantai nilai yaitu nelayan, *cold stage*, pedagang pengumpul yang mereka sebagai pelaku penyediaan bahan baku utama yaitu ikan segar. Kemudian pelaku usaha (Pengolah ikan asap), pedagang pengecer dan konsumen akhir. Dan untuk pemetaan ini terdapat 7 saluran pemasaran yang berbeda-beda. Rantai nilai ikan asap yang memiliki nilai tambah yang besar adalah saluran pemasaran keempat yakni Nelayan UPI/*Cold Stage*, Pengolah, Pedagang Pengecer dan Konsumen dengan nilai tambah sebesar Rp. 47.000/kg. Dan untuk saluran pemasaran yang efisien yaitu saluran pemasaran ketujuh yakni Pengolah, Pedagang Pengecer dan Konsumen karena nilai *Famer`s Share* (FS) = 86% lebih besar dari Marjin pemasaran (MP) = 14%. Adapun dengan konsep Porter (1985) mengidentifkasi dan analisis aktivitas-aktivitas produksi ikan asap di setiap fase elemen yang diintegrasikan pada sebuah formula pembentukan rantai nilai atau *value chain*.

DAFTAR PUSTAKA

Govindarajan, V., Shank, J.K., Govindarajam, V. (1993). *Strategic cost management: The new tool for competitive advantage*. Harvard Business Review

Periansya (2011). Penerapan Analisis Value Chain Sebagai Strategi Manajemen Biaya untuk Keunggulan Kompetitif. *Teknika, XXXI, No.1*.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Saputro, A. R. (2016). *Perancangan Klaster Industri Berbasis Value Chain pada Sentra UMKM Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri*. [Skripsi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya].