

## ANALISIS VALUE CHAIN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI PRODUK IKAN ASAP BANDARHARJO KOTA SEMARANG

Pramudi Arsiwi<sup>1</sup>, Prajanto Wahyu Adi<sup>2</sup>, Egia Rosi Subhiyakto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Teknik Industri

<sup>2,3</sup>Jurusan Teknik Informatika

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dian Nuswantoro Semarang

[pramudi.arsiw@dsn.dinus.ac.id](mailto:pramudi.arsiw@dsn.dinus.ac.id)

### Abstrak

*Sentra Ikan Asap Bandarharjo merupakan sekumpulan UMKM yang memproduksi ikan manyung asap di Kota Semarang. Sebagai produsen olahan hasil perikanan yang mempunyai potensi untuk dikembangkan, ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha ikan asap di Bandarharjo tersebut, diantaranya: olahan ikan asap memiliki umur simpan yang pendek dan rantai penjualan yang terlalu panjang sehingga berdampak pada kecilnya pendapatan yang diperoleh oleh produsen ikan asap di Bandarharjo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai nilai (value chain) pada rantai (supply chain) penjualan produk ikan asap. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa alur rantai pasok ikan asap Bandarharjo Semarang dimulai dari penjual ikan segar yang berada di pasar Kobong Semarang – UMKM ikan asap Bandarharjo – pengepul/tengkulak – Pasar tradisional dan modern – konsumen akhir ikan asap. Keterlibatan pengepul dalam rantai pasok produk ikan asap Bandarharjo Semarang tersebut menimbulkan spread harga dengan rata-rata nominal sebesar Rp 56.400,-. Untuk mengatasinya, dilakukan alternatif pemotongan rantai pasok, dengan tidak/meminimalkan keterlibatan pengepul dalam rantai pasok penjualan produk ikan asap. Hal itu dilakukan dengan disertai upaya penambahan nilai (value added), yaitu melalui pengemasan vacuum agar produk daging ikan asap lebih tahan lama dan lebih menarik, serta penggunaan digital marketing untuk meningkatkan tingkat penjualan produk ikan asap Bandarharjo tersebut.*

**Kata Kunci:** Value Chain, Rantai Pasok, UMKM, Digital Marketing, Ikan Asap

### I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Lembaga pengembangan Perbankan Indonesia bekerjasama dengan Bank Indonesia menyatakan bahwa 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM. Dari jumlah tersebut, kontribusi PDB yang diberikan oleh UMKM pada tahun 2012 tercatat sebesar 59,08% atau 4.869,5 Triliun Rupiah [1].

Selain penting dalam perekonomian Indonesia, UMKM juga dapat membentuk ciri khas sebuah kota. Misalkan kota Solo dengan batiknya dan Jepara dengan ukirannya. Namun, Semarang sebagai ibukota Provinsi Jawa Tengah justru belum memiliki ciri khas yang diciptakan oleh UMKM lokal. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM, salah satu bidang UMKM yang dimiliki kota Semarang dan berpotensi dikembangkan adalah perikanan dan industri pengolahannya [2].

Salah satu UMKM di Kota Semarang yang menghasilkan produk olahan di bidang perikanan adalah unit-unit UMKM pada Sentra Ikan Asap Kelurahan Bandarharjo. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Ketua Sentra, diketahui bahwa sentra Industri ikan asap Bandarharjo tersebut sudah berdiri sejak tahun 1972. Pada masa kejayaannya, sentra industri ikan asap ini sempat memiliki anggota hingga lebih dari 50 pengusaha UMKM, namun kini hanya 21 anggota pengusaha UMKM ikan asap yang masih aktif. Salah satu faktor penyebabnya adalah karena rata-rata pengusaha UMKM tersebut berhenti usahanya maupun beralih bidang usaha, sebagai dampak dari kecilnya pendapatan (profit) yang dihasilkan dari produksi ikan asap tersebut.

Kegiatan usaha pengolahan ikan asap di Bandarharjo Semarang ini terus didorong perkembangannya, seiring dengan rencana Pemerintah Kota Semarang yang disampaikan oleh Walikota Semarang, Hendrar Prihadi, bahwa sentra industri ikan asap Bandarharjo berpotensi dikembangkan menjadi kampung tematik<sup>1</sup>. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha ikan asap di Bandarharjo tersebut diantaranya: olahan ikan asap memiliki umur simpan yang pendek dan rantai penjualan yang terlalu panjang sehingga berdampak pada kecilnya pendapatan yang diperoleh oleh produsen ikan asap di Bandarharjo. Umur simpan yang pendek pada produk ikan asap Bandarharjo salah satunya diakibatkan pengemasan produk ikan asap setelah produksi yang tidak terlalu terjaga kualitasnya, yaitu hanya menggunakan keranjang besar yang terbuat dari anyaman bambu yang diberi alas daun jati maupun menggunakan kardus bekas. Faktor inilah yang mengakibatkan nilai (*value*) ikan asap Bandarharjo untuk dipasarkan menjadi turun dan juga kualitas produk kurang terjaga. *Value* yang rendah berimbas pada rendahnya pula profit yang diperoleh pelaku UMKM, dan kualitas pengemasan yang kurang baik dapat berakibat pada semakin pendeknya usia simpan produk ikan asap.

Penelitian mengenai rantai pasok dan *value chain* hasil perikanan telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, yaitu Mwirigi dan Theuri [3], Hordijk dan Jonkers [4], Kotni [5], Takalamingan *et al.* [6], Luhur dan Yusuf [7], Jakaria *et al.* [8], Rosales *et al.* [9], dan Purcell *et al.* [10].

Mwirigi dan Theuri (2012) meneliti tentang tantangan yang dihadapi untuk meningkatkan *value* dalam rantai pasok *seafood* di Kenya. Hordijk dan Jonkers (2012) meneliti tentang keputusan strategis untuk meningkatkan sustainabilitas dalam rantai pasok di bidang perikanan. Kotni (2016) meneliti tentang manajemen *value chain* pada para pelaku usaha di bidang perikanan di Pradesh India, dan seberapa besar *value* yang mereka berikan pada produk akhir dari ikan tersebut. Takalamingan *et al.* (2017) mengidentifikasi aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi pada *supply chain* ikan cakalang asap di Kelurahan Girian Atas, Bitung, Sulawesi Utara, serta menganalisis saluran distribusi mana yang paling efisien diantara dua alternative saluran distribusi. Luhur dan Yusuf (2017) meneliti mengenai *value chain* pada produk ikan cakalang, sehingga diperoleh besaran nilai tambah dan berapa besar efisiensi masing-masing *stakeholder* pada rantai pasok. Jakaria *et al.* (2017) mengkaji mengenai upaya untuk meningkatkan kinerja rantai pasok dari supplier sampai konsumen berkaitan dengan cara pengemasan produk secara lebih berkualitas, dengan biaya yang minimum dan *service level* yang maksimum. Rosales *et al.* (2017) menerapkan analisis *value chain* pada beberapa usaha kecil dan menengah di bidang perikanan di Filipina. Sedangkan Purcell *et al.* (2017) mengkaji mengenai distribusi pembagian profit dalam usaha perikanan kecil dan menengah dalam pasar internasional, yang akhirnya diketahui bahwa para nelayan rata-rata hanya mendapatkan keuntungan kurang dari 10% dikarenakan faktor kurangnya informasi mengenai harga ikan di pasaran Internasional. Keuntungan terbesar justru didapatkan oleh tengkulak yang dalam hal ini adalah eksportir, dengan melakukan *mark-up* harga secara besar-besaran.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan diatas, didukung dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka pada penelitian ini dilakukan pula analisa *value chain* yang diterapkan pada produk ikan asap Bandarharjo Semarang, untuk mengetahui besaran nilai tambah (*value added*) yang diberikan oleh masing-masing *stakeholder* pada simpul rantai pasok mulai dari supplier hingga ke konsumen akhir. Dari analisa tersebut selanjutnya terlihat apakah seluruh *stakeholder* memberikan nilai tambah bagi produk ikan asap, dan berapa harga penjualan yang dipatok oleh masing-masing *stakeholder*. Penggunaan analisa *value chain* dikarenakan analisa ini mengkaji mengenai juga mengenai proses identifikasi peningkatan, yaitu peningkatan dari segi kualitas dan desain produk, yang memungkinkan produsen untuk memperoleh *value* melalui diversifikasi produk yang nantinya disajikan kepada konsumen [9].

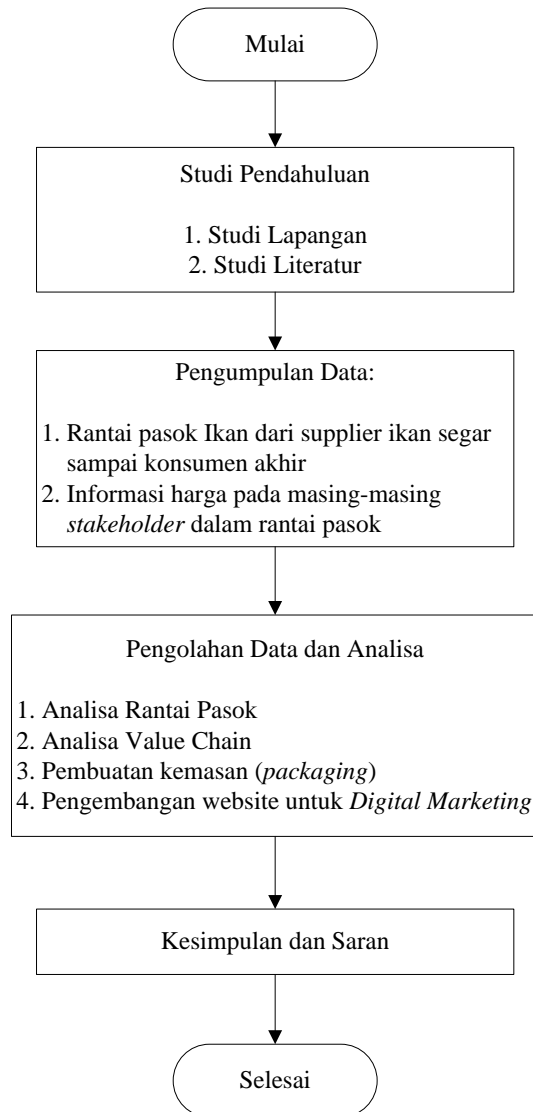
<sup>1</sup> <http://asatu.id/2018/01/12/13436/>

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yang diawali dengan dilakukannya studi pendahuluan, untuk mengamati permasalahan yang terjadi pada Sentra ikan asap Bandarharjo. Kemudian dilanjutkan dengan studi literatur untuk menggali informasi mengenai langkah-langkah yang tepat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung kepada pihak-pihak terkait, diantaranya Ketua Sentra Bandarharjo, pelaku UMKM, pedagang ikan asap, dan lain-lain. Kemudian data pendukung lainnya didapatkan melalui observasi, studi pustaka, pencarian data secara online, dan dokumentasi.

Setelah data-data yang diperlukan sudah didapatkan, selanjutnya dilakukan pengolahan dan analisa mengenai rantai pasok dan *value* produk ikan asap dengan menggunakan salah satu metode dalam *Supply Chain Management*, yaitu *Value Chain*. Keseluruhan aliran produk mulai digambarkan dalam sebuah rantai mulai dari pemasok – konsumen ikan asap, selanjutnya dilakukan analisis *value* dari masing-masing *stakeholder* dalam rantai tersebut. Gambar 1 menunjukka *flowchart* penelitian yang dilakukan untuk menganalisa rantai pasok dan *value chain* produk ikan asap Bandarharjo.



Gambar 1. Aliran Supply Chain Produk Ikan Asap Bandarharjo

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Analisis Rantai Pasok

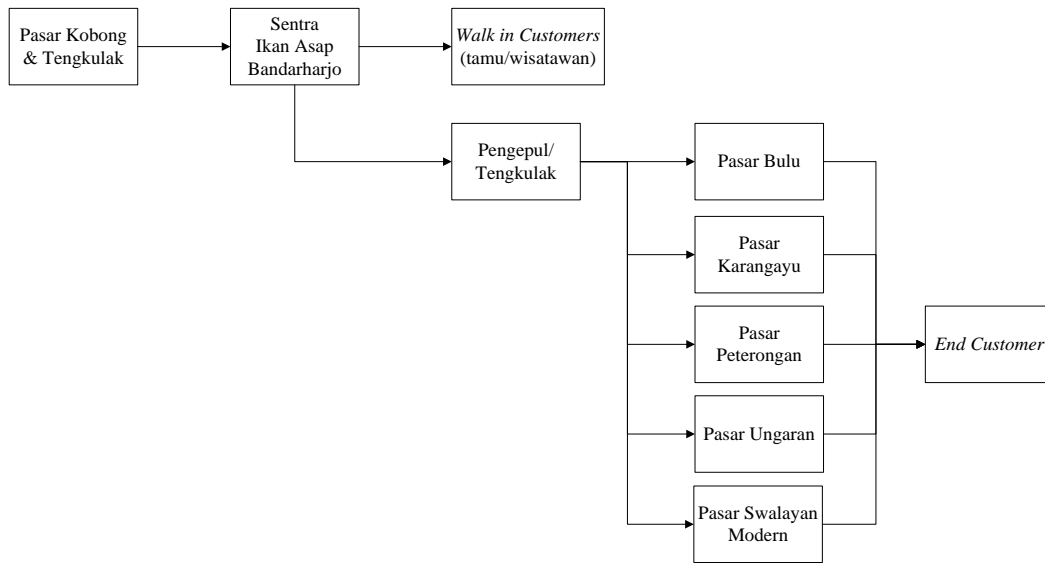
Dari data yang berhasil dikumpulkan, didapatkan hasil bahwa jaringan rantai pasok ikan asap melibatkan supplier ikan segar, sentra Ikan Asap Bandarharjo sebagai produsen, tengkulak, retailer, dan konsumen akhir. Di dalam aktivitasnya, dalam jaringan tersebut melibatkan tiga macam aliran, yaitu aliran produk, aliran keuangan, dan aliran informasi.

Aliran produk ikan asap merupakan aliran barang dari hulu yaitu supplier ikan segar, ke hilir yaitu konsumen akhir ikan asap. Jaringan rantai pasok dimulai dari pedagang perantara di tempat pelelangan ikan di Pasar Kobong yang menjual/menyuplai ikan manyung segar ke sentra ikan asap Bandarharjo. Biasanya pembelian ikan segar tidak dilakukan oleh masing-masing UMKM, melainkan dilakukan secara bersama-sama oleh beberapa UMKM dalam sekali pemesanan. Selanjutnya ikan segar tersebut dimasak oleh pengusaha UMKM di Bandarharjo, dengan cara dibersihkan, kemudian dipotong-potong menjadi beberapa bagian dan dipisah antara kepala dan daging, lalu dilakukan pengasapan menggunakan bahan bakar kulit (sabut) kelapa. Dari 100 kilogram ikan segar utuh, dapat dihasilkan 35 kilogram daging ikan manyung asap. Dalam 1 kilogram daging ikan asap biasanya berisi sekitar 28 potong daging ikan asap. Setelah selesai pengasapan kemudian ikan asap ditempatkan dalam keranjang anyaman bambu berukuran cukup besar, dengan kapasitas antara 10 sampai 15 kg. Aliran selanjutnya adalah produk dibeli oleh tengkulak yang rata-rata adalah perorangan. Kemudian dari tengkulak tersebut, ikan asap dijual kembali ke beberapa pedagang pasar di sekitar Kota Semarang, yaitu Pasar Bulu, Pasar Karangayu, Pasar Peterongan, dan Pasar Ungaran. Selanjutnya konsumen ikan asap membeli produk ikan asap di pasar-pasar tersebut.

Aliran keuangan menunjukkan perpindahan sejumlah nominal tertentu dari hilir ke hulu. Transaksi ada yang dilakukan secara tunai dan ada yang dilakukan secara tempo. Harga ikan manyung jahan dari pedagang perantara sekitar Rp 16.000 per kilogram, biasanya pembayaran oleh pengusaha UMKM Bandarharjo dilakukan secara tempo. Selanjutnya ikan tersebut dijual ke tengkulak dalam bentuk sudah matang (ikan asap) dengan harga daging Rp 50.000 per kilogram, untuk pengambilan minimal 10 kg. Selain menjual ke tengkulak, terkadang juga ada beberapa pembeli dari wisatawan dan diberikan harga Rp 60.000 per kilogram. Dari tengkulak, daging ikan asap selanjutnya dijual ke pedagang-pedagang pasar dan pasar swalayan modern dengan kisaran harga Rp 84.000 per kilogram, Kemudian pedagang pasar menjual daging ikan asap tersebut ke konsumen akhir dengan harga sekitar Rp 3.500 per potong. Jika dalam 1 kg daging ikan asap berisi sekitar 28 potong, maka dapat dihitung bahwa harga per kilogram dari pedagang pasar ke konsumen akhir adalah sekitar Rp 98.000. Sedangkan pasar swalayan yang ada di Semarang menjual dengan harga Rp 20.000 untuk 4 potong daging ikan asap yang artinya sama dengan seharga Rp 140.000 per kilogram.

Aliran informasi terjadi dari dua arah, baik dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu. Aliran informasi yang terjadi dari pedagang ikan segar ke UMKM Bandarharjo adalah jumlah permintaan ikan segar yang akan dibeli, stok ikan segar yang dimiliki oleh pedagang ikan segar, dan harga ikan manyung jahan segar, sedangkan aliran informasi yang terjadi dari UMKM ke pedagang ikan segar adalah jumlah penjualan ikan asap yang terjual setiap harinya, karena terkait dengan estimasi jumlah ikan segar yang harus disiapkan oleh pedagang ikan segar. Aliran informasi selanjutnya adalah diantara UMKM Bandarharjo dengan tengkulak ikan asap. Informasi yang mengalir dari UMKM ke tengkulak terkait dengan jumlah/ kapasitas produksi ikan asap setiap hari, harga ikan asap per kilogram, dan informasi tentang waktu ikan asap selesai diproduksi setiap harinya karena terkait dengan jam pengambilan yang akan dilakukan tengkulak ke UMKM di Bandarharjo. Sebaliknya, dari tengkulak ke UMKM terjadi aliran informasi mengenai jumlah ikan asap yang terjual oleh tengkulak setiap harinya. Begitu pula aliran informasi yang terjadi diantara tengkulak dengan pedagang pasar, dan diantara pedagang pasar dengan konsumen ikan asap yang berbelanja ikan asap di pasar.

Gambar 2 memperlihatkan kondisi rantai pasok produk ikan asap Bandarharjo, mulai dari supplier ikan segar hingga konsumen akhir ikan asap.



**Gambar 2.** Aliran Supply Chain Produk Ikan Asap Bandarharjo

### 3.2. Analisis Value Chain

Pada saat dilakukan survey lapangan, dokumentasi, dan wawancara dengan beberapa pihak yang terlibat langsung dalam rantai pasokan ikan asap Bandarharjo, didapatkan data mengenai *value* rantai pasokan (*value chain*) berupa harga jual produk ikan asap pada setiap *stakeholder* (simpul rantai pasokan) seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Harga Jual Daging Ikan Manyung Jahan Segar dan Manyung Asap

<i>Stakeholder</i>	<b>Tingkat Harga Jual per kilogram (Rp)</b>	
1. Pasar Kobong (ikan manyung jahan segar)	Rp	16.000,-
2. UMKM Bandarharjo (daging ikan asap)	Rp	50.000,-
3. Tengkulak/pengepul (daging ikan asap)	Rp	84.000,-
4. Pasar Tradisional & Modern (daging ikan asap)		
a. Pasar Bulu	Rp	98.000,-
b. Pasar Karangayu	Rp	98.000,-
c. Pasar Peterongan	Rp	98.000,-
d. Pasar Ungaran	Rp	98.000,-
e. Pasar Swalayan X	Rp	140.000,-

Sumber: Penelitian, 2018

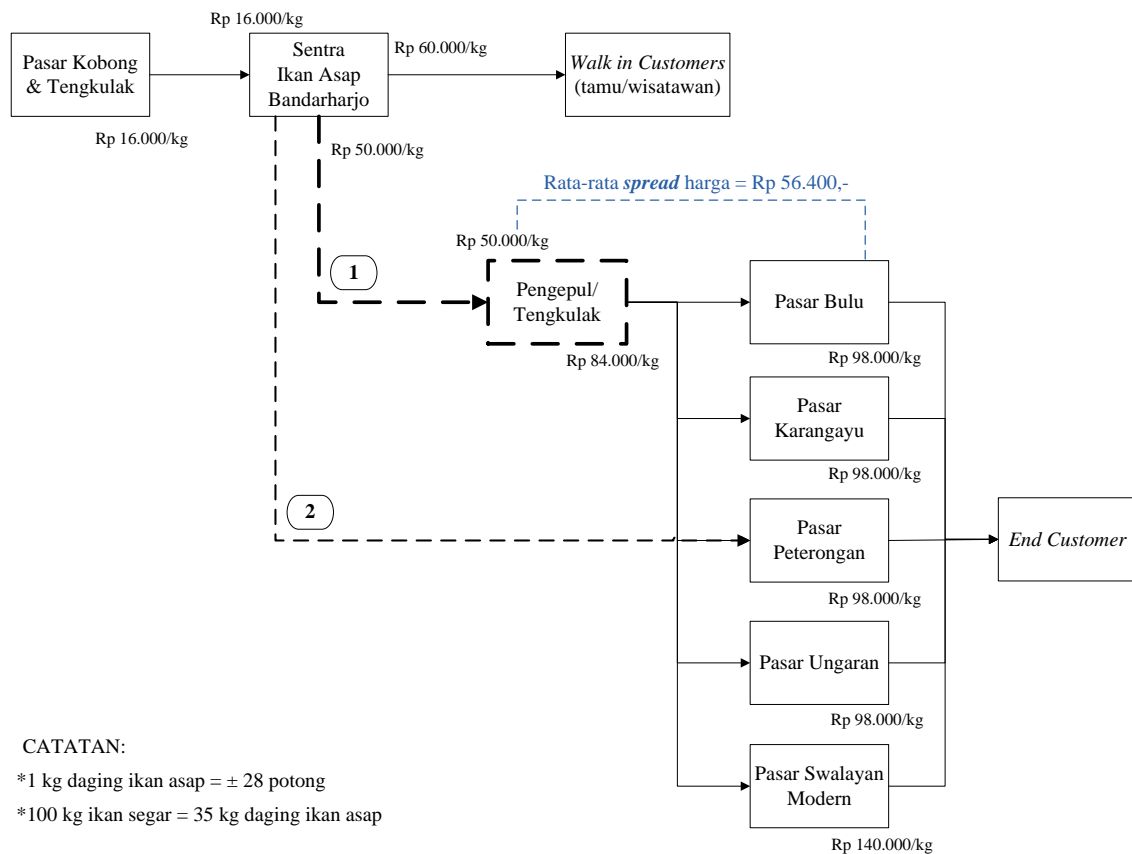
Dari Tabel 1 tersebut dapat diketahui besarnya *spread harga* penjualan daging ikan asap yang dijual melalui tengkulak/pengepul, dengan perhitungan sebagai berikut:

*Spread* Harga Jual = rata-rata harga jual pasar tradisional dan modern – harga beli dari UMKM ikan asap Bandarharjo

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Rp } (98000+98000+98000+98000+140000)}{4} \times \text{Rp } 50.000 \\
 &= \text{Rp } 56.400,-
 \end{aligned}$$

Gambar 3 menunjukkan *spread* harga jual daging ikan asap dengan melibatkan pengepul/tengkulak dalam rantai pasok. Pada jalur 1 (ditandai dengan angka 1 pada gambar) terlihat system rantai pasok saat ini yang melibatkan pengepul, sehingga menyebabkan *spread* harga jual yang sangat besar, dengan rata-rata Rp 56.400,- untuk setiap kilogram daging ikan asap. Sedangkan jalur 2 adalah alternatif untuk memotong rantai pasok tanpa melewati pengepul, sehingga dapat *spread* harga yang biasanya diperoleh oleh pengepul, dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha UMKM Bandarharjo untuk memperoleh pendapatan/profit lebih.

Harga jual daging ikan asap di pasar swalayan modern Kota Semarang yang mencapai harga Rp 140.000 per kilogram, merupakan sebuah peluang bagi para pelaku UMKM Bandarharjo untuk memperoleh pendapatan/profit yang lebih dari sebelumnya ketika melibatkan pengepul dalam rantai pasok. Namun untuk memasarkan kepada konsumen akhir secara langsung maupun ke pasar-pasar swalayan modern, perlu adanya nilai tambah (*value added*) yang diberikan pada produk ikan asap tersebut terlebih dahulu agar dapat lebih menarik konsumen dari segmen yang lebih luas. Diantaranya adalah kemasan (*packaging*) yang lebih bagus serta penggunaan media pemasaran yang lebih dapat menjangkau segmen yang lebih luas lagi.



**Gambar 3.** *Spread* Harga dalam Rantai Pasok Daging Ikan Asap Bandarharjo

### 3.3. Pengembangan Desain Kemasan Ikan Asap

Salah satu jenis kemasan yang direkomendasikan untuk digunakan oleh UMKM, khususnya yang bergerak dibidang olahan pangan adalah plastik vakum. Plastik jenis ini banyak digunakan oleh para pelaku UMKM untuk pengemasan hasil olahannya. Keunggulan yang diperoleh dari penggunaan plastik vakum adalah aman untuk produk makanan, dapat menjaga kualitas makanan, serta menjadikan makanan lebih awet/tahan lama karena tidak ada udara didalam kemasan sehingga dapat memperkecil kemungkinan terjadinya proses pembusukan. Selain itu, plastik vakum juga memiliki keunggulan warna plastik yang transparan sehingga produk

makanan dapat dilihat dengan jelas, dan yang pasti kemasan jenis ini juga terbukti tahan terhadap panas dan tidak mudah robek<sup>2</sup>. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh UMKM ikan asap Bandarharjo untuk mengatasi permasalahan dalam usaha ikan asap, yaitu umur simpan produk yang pendek dan keuntungan yang kecil. Gambar 4 menunjukkan contoh penerapan kemasan vakum untuk produk ikan asap Bandarharjo. Untuk lebih menambah nilai produk, dapat dilakukan diferensiasi produk, dalam hal ukuran pengemasan. Pada Gambar 4 terlihat terdapat dua contoh ukuran kemasan yang dapat digunakan untuk mengemas, yaitu 28x18 cm untuk netto 500 gram dan 25x14 untuk netto 250 gram daging ikan asap.



**Gambar 4.** Hasil Pengemasan *Vacuum* Daging Ikan Asap Bandarharjo

### **3.4. Pengembangan *Digital Marketing***

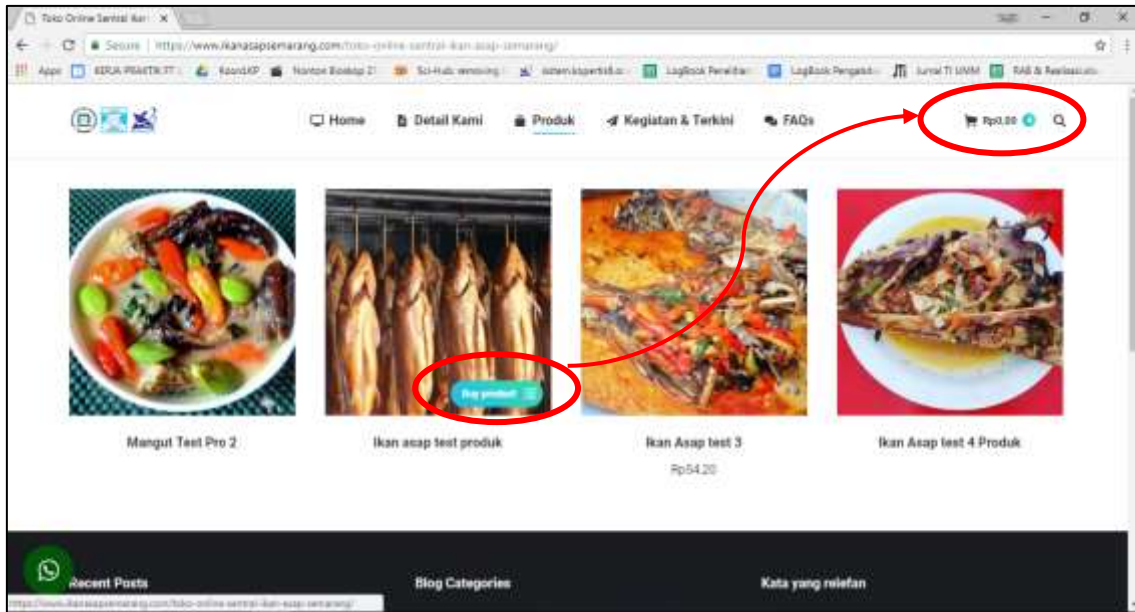
Selanjutnya yang dapat dilakukan lagi untuk menambah nilai produk ikan asap Bandarharjo adalah penggunaan media pemasaran yang tepat. Hal ini juga akan sangat menguntungkan, mengingat selama ini pemasaran produk ikan asap Bandarharjo tidak berjalan dengan baik, hanya langsung menjual ke pengepul saja tanpa memikirkan bagaimana cara memasarkan produk ikan asap mereka. Padahal pemasaran adalah sebuah faktor kunci dalam kesuksesan sebuah usaha<sup>3</sup>. Karena itu, *digital marketing* merupakan solusi yang tepat untuk diterapkan pada usaha ikan asap Bandarharjo, melalui sebuah website.

Gambar 5 merupakan hasil pembuatan website sebagai upaya memasarkan produk ikan asap secara digital (*digital marketing*) pada segmen yang lebih luas. Pengembangan website tersebut menggunakan system operasi CloudLinux, teknologi server IIX, *Hosting* CPU75%, RAM 768M, IO:2MB/s, EP:50, NPROC:15, dan saat ini sedang dalam masa penyempurnaan untuk beberapa fitur. Dalam pengembangannya, juga dilakukan penambahan Email Pro yang terintegrasi dengan Gmail, juga dilakukan penambahan HTTPS/SSL (gembok hijau), dan juga Sub Domain Support untuk *redirect*.

---

<sup>2</sup> <http://goukm.id/plastik-vakum-kemasan-vacuum/>

<sup>3</sup> <https://www.tommcfle.com/marketing-adalah-kunci-pokok-keberhasilan-bisnis/>



Sumber: Penelitian, 2018

**Gambar 5.** Hasil Pengemasan *Vacuum* Daging Ikan Asap Bandarharjo

Website dengan domain [www.ikanasapsemarang.com](http://www.ikanasapsemarang.com) tersebut akan muncul ketika wisatawan mencari oleh-oleh khas Kota Semarang melalui *search engine*, dan pada website tersebut akan tercantum profil mengenai Sentra ikan asap Bandarharjo Semarang, dan pengunjung dapat juga melihat-lihat produk apa saja yang tersedia, serta dapat langsung melakukan pembelian melalui website tersebut maupun melalui chat langsung kepada admin pengelola website. Dengan adanya penambahan nilai dari sisi pemasaran ini, diharapkan nantinya penjualan produk ikan asap dari Bandarharjo ini dapat meningkat dan menjawab permasalahan para pengusaha UMKM mengenai rendahnya pendapatan dari usaha tersebut.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Alur rantai pasok ikan asap Bandarharjo Semarang dimulai dari penjual ikan segar yang berada di pasar Kobong Semarang – UMKM ikan asap Bandarharjo – pengepul/tengkulak – Pasar tradisional dan modern – konsumen akhir ikan asap.
2. Adanya pengepul yang terlibat dalam rantai pasok produk ikan asap Bandarharjo Semarang menimbulkan *spread* harga dengan rata-rata nominal sebesar Rp 56.400,-.
3. Untuk mengatasi *spread* harga tersebut sekaligus sebagai upaya peningkatan profit pengusaha UMKM Bandarharjo, dapat dilakukan alternatif pemotongan rantai pasok, dengan tidak/meminimalkan keterlibatan pengepul dalam rantai pasok penjualan produk ikan asap. Hal itu dilakukan dengan disertai upaya penambahan nilai (*value added*), yaitu melalui pengemasan *vacuum* agar produk daging ikan asap lebih tahan lama dan lebih menarik, serta penggunaan *digital marketing* untuk meningkatkan tingkat penjualan produk ikan asap Bandarharjo tersebut.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi atas pendanaan pada penelitian ini melalui Skema Hibah Program Kemitraan Masyarakat (053/A38.04/UDN-09/II/2018).

#### V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. A. Sarwono, 2015, "Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)," *Bank Indones. dan LPPi*, hal. 5–57.
- [2] Tri, D.D. dan Darwanto, 2013, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)



- Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang,” *Diponegoro J. Econ.*, vol. 2, no. 4, hal. 1–13.
- [3] Mwirigi, F. M. dan Theuri, F.S., 2012, “The challenge of value addition in the seafood value chain along the Kenyan north coast,” *Int. J. Bus. Public Manag.*, vol. 2, no. 2, hal. 51–56.
- [4] Hordijk, A. dan Jonkers, I., 2012, “Strategic improvement options in fishery supply chains,” *J. Integr. Theory Pract.*, vol. 7, no. 3, hal. 70–91.
- [5] Kotni, V.V.D. P., 2016, “Value Chain Management in Marine Fisheries: A Case Study of Andhra Pradesh,” *Int. J. Manag. Value Supply Chain.*, vol. 7, no. 2, hal. 09-19,.
- [6] Takalamingan, M. Longdong, F.V., dan Jusuf, A., 2017, “Analisis efisiensi saluran distribusi dan risiko pelaku usaha pada rantai pasok ikan cakalang asap di kelurahan girian atas kota bitung provinsi sulawesi utara,” *Akulturas*, vol. 5, no. 9, hal. 705–712.
- [7] Luhur, E.S. dan Yusuf, R., 2017, “Analisis Rantai Nilai Ikan Cakalang Di Kota Ambon , Maluku”, *Jurnal Sosek KP Vol 12 no. 1*, hal: 93-105.
- [8] Jakaria, R. B. dan Rini, C. S., 2017, “Analisis Supply Chain Manajemen Guna Optimalisasi Distribusi Ikan Bandeng,” *Seminar Nasional Inovasi Teknologi UN PGRI Kediri*, hal. 429–434.
- [9] Rosales, R. M. *et al.*, 2017, “Value chain analysis and small-scale fisheries management,” *Journal of Marine Policy*, vol. 83, hal. 11–21.
- [10] Purcell, S. W., Crona, B. I., Lalavanua, W., dan Eriksson, H., 2017, “Distribution of economic returns in small-scale fisheries for international markets: A value-chain analysis,” *Journal of Marine Policy*, vol. 86, hal. 9–16.