STRATEGI SERTIFIKASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) PENGOLAHAN HASIL PERIKANAN KE PASAR REGIONAL ASEAN

DISERTASI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Doktor

Oleh :
Wahyu Sulistyowati
NIM. 147080100111010

PROGRAM DOKTOR PASCASARJANA
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2018

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DISERTASI

STRATEGI SERTIFIKASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) PENGOLAHAN HASIL PERIKANAN KE PASAR REGIONAL ASEAN

Oleh :
Wahyu Sulistyowati
NIM. 147080100111010

Menyetujui,
KOMISI PEMBIMBING

Prof. Dr. Ir. Soemarno, MS
195508171980031003

Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MS
NIP: 196305111988021001

Dr. Ir. Anthon Efani, MP
NIP: 196507171991031006

Mengetahui,
Dekan Fakultas Perikanan & Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Prof. Dr. Ir. Happy Nursyam, MS.
NIP: 196003221986011001

Judul Disertasi	: STRATEGI SERTIFIKASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) PENGOLAHAN HASIL PERIKANAN KE PASAR REGIONAL ASEAN
Nama	: Wahyu Sulistyowati
NIM	: 147080100111010
Program Stud	: Ilmu Perikanan dan Kelautan
Minat	: Pengelolaan Pesisir dan Laut

KOMISI PEMBIMBING

Promotor	: Prof. Dr. Ir. Soemarno, MS
Ko Promotor	: Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP
Ko Promotor	: Dr. Ir. Anthon Efani, MP

KOMISI PENGUJI

Penguji 1	: Prof. Dr. Sri Umi Mintarti W., SE.
Penguji 2	: Dr. Ir. Hartati Kartikaningsih, MSi.
Penguji 3	: Dr. Ir. Yahya, MP
Penguji 4	: Dr. Hj. Ulfah Utami, MSi.

Tanggal Ujian Disertasi : 21 Desember 2018

PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah DISERTASI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia DISERTASI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (DOKTOR) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, Desember 2018

Mahasiswa,

Nama : Wahyu Sulistyowati

NIM : 147080100111010

PS : Ilmu Perikanan dan Kelautan,
Universitas Brawijaya, Malang

LEMBAR PERUNTUKAN

Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya

(QS. Al-Alaq: 5)

"Apabila seorang anak Adam meninggal dunia maka terputuslah amalnya kecuali dari tiga hal: shadaqah jariyyah, atau ilmu yang bermanfaat, atau seorang anak shalih yang mendo'akannya."

(HR. Muslim no.1631)

Persembahan

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Tulisan disertasi ini dipersembahkan terutama untuk kemanfaatan yang sebesar-besarnya bagi seluruh pelaku usaha kecil perikanan. Semoga menjadi saksi di hari akhir kelak sebagai salah satu wujud kontribusi bagi ilmu dan sesama serta manifestasi sikap penghambaan kepada Ilahi Robbi.

Juga sebagai persembahan yang teristimewa untuk Bapanda Kusnun A. Ghozali (Alm), Ibunda Sri Amini (Alm), mantan suami M. Hanif (Alm) dan putra putri tercinta Ramadhan Chairil Y, Damara Hana Y, Salsabila Rahma Y, dan M. Muhdhor al Fatih

RIWAYAT HIDUP

Wahyu Sulistyowati, lahir di Malang pada tanggal 3 Desember 1968 dari ayah bernama Kusnun Ahmad Ghozali (Almarhum) dan Ibu Sri Amini (Almarhumah), terlahir sebagai anak kedua dari empat bersaudara. Penulis lulus dari SDN 36 Oro-oro Dowo I, Malang, pada tahun 1981, lulus dari SMPN I, Malang, 1984, dan lulus dari SMA PPSP – IKIP, Malang, tahun 1986. Pada tahun tersebut melanjutkan studi di Fakultas Perikanan – Universitas Brawijaya, Malang, tamat pada tahun 1992. Pada tahun 1994 menikah dengan Muhammad Hanif (almarhum) dan dikaruniai empat orang putra putri bernama : Ramadhan Chairil Yustihan, Damara Hana Yustihan, Salsabila Rahma Yustihan, Muhammad Muhdhor al Fatih.

Setelah menyelesaikan studi S1, sejak tahun 1992 diterima bekerja sebagai staf pengajar di Fakultas Perikanan, Universitas Hang Tuah, Surabaya. Pada tahun 1998 melanjutkan studi S2 di Universitas Airlangga dengan mengambil minat Gizi Masyarakat, lulus pada tahun 2001. Pada tahun 2005 diangkat menjadi PNS Dosen Kopertis Wilayah VII – Jatim, Ditempatkan Kepada (DPK) Universitas Hang Tuah, sampai dengan sekarang. Pada tahun 2014 penulis menempuh pendidikan studi S3 pada Program Doktor Ilmu Perikanan dan Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya Malang. Selama bekerja, penulis telah berupaya sebaik-baiknya untuk menunaikan tugas akademik profesionalnya berupa pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya, Allahu Robbi yg Maha Mengawali, Maha Mengakhiri, Maha memiliki ilmu, yang dengan setetes ilmuMu kami mencoba memahami dan menuliskannya di sini, dengan kekuatan dari Mu, dan kehendakMu. Kami mohonkan padaMu tulisan ini bermakna, bermanfaat, untuk kami dan orang-orang di sekitar kami, dan Kau terima sebagai amal sholeh kami. Robbana taqobbal minna..

Sholawat dan salam moga terlimpah senantiasa pada Rasulullah Muhammad saw, keluarga, sahabat, dan umat beliau hingga akhir jaman.

Penghargaan dan terimakasih yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada Bapak Rektor Universitas Brawijaya: Prof Dr Ir M Bisri, MS, dan kemudian Prof Dr Ir Nuhfil Hanani AR, MS, Bapak Rektor Universitas Hang Tuah: Laksamana Madya TNI (Purn.) Mochamad Jurianto, S.E., dan kemudian Laksamana Muda TNI (Purn) Dr.Ir. Sudirman, S.IP., SE., M.AP, dan jajarannya, Dekan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan – UB: Prof. Dr. Ir. Diana Afriati,MS., dan kemudian Prof. Dr. Ir. Happy Nursyam, MS., beserta jajarannya, juga Dekan Fakultas Teknik dan Ilmu Kelautan – UHT: Dr. Ir. Viv Djanat Prasetia, M.App.Sc., beserta jajarannya, juga kepada Kemenristek DIKTI, atas kesempatan yang diberikan kepada kami untuk studi ke Universitas Brawijaya dengan segala bentuk dukungan yang kami perlukan.

Yang kami muliakan guru-guru kami di sekolah terakhir ku ini, Prof. Marno, ibunda Prof. Umi, mas Prof. Mimit, mas Anthon, bu Tatik, mas Yahya, bu Ulfah. Juga para senior kami yang memberi masukan luar biasa dalam kelemahan tulisan kami: Pak Agus Cahyono, bu Puji, Pak Edi Susilo, Prof. Nuddin dan bu Rini, Pak Hardoko, dan bunda Dwi Setyawati. Juga pengarah dan motivator tak henti: Prof. Endang dan bu Anik Martina selaku Kaprodi Pasca Ilmu Kelautan & Perikanan, kami hanya bisa haturkan terima kasih dan doa, agar kebaikan Bapak Ibu dibalas berlipat ganda oleh Allah swt.

Bapak Ibu ku ..... tiada pencapaian ini terjadi bila tidak kau awali dengan kasih dan sayang mu, pendidikan dan nasehat2 mu, dan pengorbanan mu.... Allohummaghfirlahuma warhamhuma wa'afihima wa'fuanhuma...

For my late husband, my endless love, Muhammad Hanif, komitmen kita aku berangkat sekolah, tapi Allah tidak mengijinkan mu melihat akhir nya. Ada gambar-gambar mu di cerita hasil observasi di lapangan..... Allohumma firlahu warhamhu wa'afihi wa'fuanhu..

My lovely teens... Romi - Hana – Bela – Deden .... tiada tara pengorbanan kalian untuk mama bisa menyelesaikan tugas ini. Ya Robb, ridho-ilah mereka, aku telah ridho pada mereka.... mudahkanlah meraih mimpi dan cita nya yang selalu di jalanMu.

Yang saya muliakan Kyai kami: abina KH. M. Ihya' Ulumiddin, Pimpinan Ponpes / Ma'had al Haromain, bersama habibi Achmad Muslim, M.Pd.I. bin Hasan Tholabi, kami junjung tinggi nasehat dan pendampingan yang telah diberikan. Jazakumullah khoiron katsiron...

Spesial untuk temanz seperjuangan di program Doktor FPIK - UB terutama angkatan 2014, terima kasih atas kebersamaan yang indah kita di saat suka bahkan duka. Juga seluruh teman kandidat Doktor ("KADO"), sukses untuk kita semua, aaminn.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu dan telah membantu penulis dalam penyelesaian studi ini. Semoga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan Allah SWT berlipat ganda.

Malang, Desember 2018

Wahyu S

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

Wahyu Sulistyowati, NIM. 147080100111010, Program Doktor Ilmu Perikanan dan Kelautan (FPIK) Universitas Brawijaya. Strategi Sertifikasi Dalam Peningkatan Daya Saing Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) Pengolahan Hasil Perikanan ke Pasar Regional ASEAN. Komisi pembimbing, Ketua : Prof. Dr. Soemarno, MS., anggota: Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP , dan Dr. Ir. Anthon Efani, MP.

Pembangunan sektor kelautan dan perikanan diarahkan ke industrialisasi agar dapat mencegah ketergantungan kebutuhan konsumsi Indonesia pada negara lain, dengan cara memanfaatkan pasar lokal yang besar ini sebagai basis pengembangan pasar internasional. Dengan kata lain, produk UKM pengolahan hasil perikanan harus diterima menjadi tuan di negeri sendiri, dan menjadi dasar untuk masuk dan berkembang di pasar negara lain. Namun demikian fenomena yang ada saat ini adalah semakin meningkatnya produk olahan ikan impor dari negara ASEAN ke pasar dalam negeri, ini merupakan ancaman bagi perkembangan UKM pengolahan hasil perikanan Indonesia yang sementara masih terbentur banyak faktor untuk bisa eksis, bahkan untuk di wilayah Indonesia sendiri. Sedangkan impor bahan makanan dari ASEAN saat ini sudah tidak bisa dibendung setelah diberlakukannya AEC sejak 31 Desember 2015.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengkaji pengaruh pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi terhadap pemenuhan *market requirements* sertifikasi usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP); untuk mengkaji pengaruh pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi melalui pemenuhan *market requirements* sertifikasi UKM-PHP terhadap daya saing produk di pasar regional ASEAN; untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing produk UKM-PHP terhadap aksesibilitas dan penetrasi produk ke pasar regional ASEAN.

Penelitian kuantitatif deskriptif ini dilakukan dengan metode *survey* dan wawancara kepada 126 unit UKM pengolah ikan yang tersebar di 10 kota di Jawa Timur. Data diuji dengan Partial Least Square (PLS) analysis untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen, yaitu *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi terhadap daya saing produk UKM pengolahan hasil perikanan, yang dilakukan dengan dengan 3 tahapan model yaitu: model pengukuran (*outer model*); uji *goodness of fit model;* dan evaluasi model struktural (*inner model*).

Hasil penilaian hubungan sebagai berikut: (1) *Legal requirements,* sumberdaya manusia dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap *market requirements* sertifikasi, dengan original sampel bertanda positif (nilai $p < 0,05$), sementara variabel lainnya yaitu koordinasi instansi dan regulasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *market requirements* sertifikasi. (2) Secara bersama-sama variabel *legal requirements*, kualitas produk, dan sumberdaya manusia melalui *market requirements* sertifikasi berpengaruh sangat signifikan terhadap daya saing produk UKM-PHP di pasar regional ASEAN ($p < 0,01$). Sehingga variabel market requirement merupakan variabel mediator yang kuat bagi legal requirement, kompetensi sdm, dan kualitas produk, untuk meningkatkan daya saing produk UKM PHP. Juga variabel regulasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap daya saing produk ($p < 0,05$). (3) Strategi sertifikasi untuk peningkatan daya saing produk UKM-PHP terhadap aksesibilitas dan penetrasi produk olahan ikan ke pasar regional ASEAN dilakukan dengan strategi agresif utamanya melalui pemenuhan *legal requirements* bagi UKM dan pemenuhan *market requirements* untuk produk UKM bisa berpenetrasi ke pasar.

Dalam iklim pasar bebas, perdagangan sangat mengedepankan standarisasi dan sertifikasi produk dan perusahaan. Temuan utama dalam penelitian ini bahwa daya saing UKM pengolahan hasil perikanan di pasar bebas ASEAN layak menggunakan strategi agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan – kekuatan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang dimiliki untuk merebut peluang-peluang pasar yang ada. Adapun penguatan daya saing terbukti dapat dilakukan melalui strategi sertifikasi produk, dimana strategi ini menuntut terpenuhinya secara beurutan : legal requirement, sumberdaya manusia yang berkompeten, dan kualitas produk yang terjamin.

repository.ub.ac.id

SUMMARY

Wahyu Sulistyowati, NIM. 147080100111010, Doctoral Program of Fishery and Marine Science (FPIK) of Brawijaya University. Certification Strategy for Increasing Competitiveness of Medium and Small Enterprises (SME) Products Processing of Fisheries to ASEAN Regional Market. The Supervising Commission, Chairman: Soemarno, members: Anthon Efani and Mimit Primyastanto.

The development of the marine and fisheries sector was directed to industrialization in order to prevent the dependence of Indonesia's consumption needs on other countries, by utilizing this large local market as the basis for the development of international markets. In other words, the product of small and medium enterprises of fishery product processing must be accepted to be the host in their own country, and become the basis for entering and developing in other countries market. However, the current phenomenon was the increasing of imported fish products from the ASEAN countries to the domestic market, this was a threat to the development of small and medium enterprises processing of fishery products of Indonesia which while still bumped many factors to exist, even for in Indonesia alone. While the import of food from ASEAN at this time can not be dammed after the agreement of AEC since last December 2015.

The purpose of this research was to examine the effect of fulfillment of legal requirements, product quality, agency coordination, human resources and regulation on fulfillment of market requirements of certification of small and medium enterprises processing of fishery products; to examine the effect of compliance with legal requirements, product quality, agency coordination, human resources and regulation through the fulfillment of market requirements for certification of small and medium enterprises processing of fishery products on competitiveness of small and medium enterprises in fishery products processing in ASEAN regional market; to formulate a strategy to improve the competitiveness of small-scale processing products of fishery products to the accessibility and penetration of small and medium enterprises in processing fishery products to ASEAN regional market.

This descriptive quantitative research was carried out by survey and interview methods for 126 fish processing UKM units in 10 cities in East Java. The data were tested by Partial Least Square (PLS) analysis to determine the effect of exogenous variables, namely legal requirements, product quality, agency coordination, human resources and

regulation on the competitiveness of fisheries product processing SME products, which were carried out in 3 stages: measurement model (outer model); test the goodness of fit model; and evaluation of structural models (inner models). The results of the relationship assessment are as follows: (1) Legal requirements, human resources and product quality have a significant effect on the market requirements of certification, with original samples marked positive (p value <0.05), while other variables namely agency and regulatory coordination have no significant effect on market requirements certification. (2) Together the legal requirements, product quality, and human resources variables through the market requirements certification have a very significant effect on the competitiveness of UKM-PHP products in the ASEAN regional market ($p < 0.01$). So that the market requirement variable is a strong mediator variable for legal requirements, HR competencies, and product quality, to improve the competitiveness of PHP SME products. Also the regulation variable directly has a significant effect on product competitiveness ($p < 0.05$). (3) The certification strategy for enhancing the competitiveness of SME-PHP products towards accessibility and penetration of fish processed products into the ASEAN regional market is carried out with aggressive strategies primarily through fulfilling the legal requirements for SMEs and meeting market requirements for SME products that can penetrate the market.

In a free trade era, trade strongly promotes product and company standardization and certification. The main finding in this study is that the competitiveness of fisheries product processing SMEs in the ASEAN free market deserves to use an aggressive strategy, namely utilizing the strengths of natural resources and human resources possessed to seize existing market opportunities. The strengthening of competitiveness is proven to be carried out through product certification strategies, where this strategy requires continuous fulfillment: legal requirements, competent human resources, and guaranteed product quality.

Keywords: SME fisheries, competitiveness, legal requirements, certification

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan disertasi yang berjudul "Strategi Sertifikasi Dalam Peningkatan Daya Saing Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) Pengolahan Hasil Perikanan ke Pasar Regional ASEAN", sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Doktor pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya Malang. Beban terberat saat mula penelitian ini adalah pertanyaan besar apakah penelitian ini akan memberikan manfaat dan perubahan yang baik kepada saudara2 ku para pelaku UKM pengolah ikan di Jawa Timur ? Lembar demi lembar ini kami persembahkan untuk mereka .....semoga ada jalan untuk segera bangkit mengembangkan perusahaan yang mampu bersaing.

Disertasi ini memberikan informasi penting tentang model pemberdayaaan UKM pengolahan ikan di Jawa Timur dalam rangka meningkatkan daya saing produk di era pasar global. Analisis data menggunakan SEM – PLS dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk mendapatkan kesimpulan dan rekomendasi yang tepat.

Kami berlindung pada Allah swt dari berbagai bentuk kesia-sia an. Moga kiranya selalu ada jalan keluar bagi semua pihak untuk secara bersama-sama meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan kesejahteraan teman-teman UKM untuk meuju kemakmuran bersama dan bangsa.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa laporan disertasi ini masih tidak sempurna, juga masih perlu penelitian lanjut untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Saran dan kritik sangat diharapkan guna perbaikan dan penyempurnaan naskah disertasi ini. Terima kasih.

Malang, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN i
PERNYATAAN ORISINALITAS iii
HALAMAN PERUNTUKAN iv
RIWAYAT HIDUP v
UCAPAN TERIMA KASIH vi
RINGKASAN viii
SUMMARY x
KATA PENGANTAR xii
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
DAFTAR ISTILAH xx
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Perumusan Masalah 7
1.3. Tujuan Penelitian 8
1.4 . Manfaat Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1. Usaha Kecil Menengah (UKM) 10
2.1.1 Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah 11
2.1.2 Usaha Kecil Menengah (UKM) Pengolahan Hasil Perikanan 13
2.2. Pemenuhan Persyaratan Ijin UKM 16
2.3. Kualitas Produk 17
2.3.1. Kesesuaian Kualitas Produk Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) 18
2.3.2. Kualitas Bahan Baku 19
2.3.3. Teknologi Proses Pengolahan 20
2.4. Koordinasi Instansi Pemerintah dan Swasta Dalam Pencapaian Sertifikasi ... 23
2.5. Kompetensi Sumberdaya Manusia Usaha Kecil Menengah (UKM) 24
2.6. Regulasi UKM Berdaya Saing 25
2.7. Sertifikasi UKM untuk Pemenuhan Market Requirements 31
2.8. Daya Saing Produk UKM PHP di Pasar Regional ASEAN 35

2.8.1. Daya Saing Produk UKM 35
2.8.2. Perdangan Bebas Regional ASEAN 38
2.9. Kebijakan dan Peraturan Pemerintah Untuk Produk Perikanan Bersertifikat 41
2.10. Analisis Usaha Jangka Pendek dan Jangka Panjang 44
2.11. Review Hasil Penelitian Terdahulu .....
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN .....
3.1. Landasan Teori 60
3.1.1 Teori yang diperlukan untuk menjawab bagaimana karakteristik UKM pengolahan hasil perikanan (php) di Jawa Timur dalam menuju produk perikanan bersertifikasi untuk pemasaran regional. 60
3.1.2 Teori yang diperlukan untuk menjawab faktor yang mempengaruhi kinerja UKM php untuk dapat bersaing di pasar bebas 65
3.2. Kerangka Konsep Penelitian 75
3.3. Hipotesis Penelitian 79
3.4. Kerangka Analisis Penelitian 79
3.5. Kerangka Operasional Penelitian 81

BAB IV METODE PENELITIAN 82
4.1. Pendekatan Penelitian 82
4.2. Lokasi dan Waktu Penelitian 85
4.3. Metode Pengambilan Sampel 86
4.4. Metode Pengumpulan Data 88
4.5. Analisis Data 89
4.5.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 90
4.5.2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*) 91
4.6. Analisis Kelayakan Usaha 93
4.7. Metode Analisis SWOT 95
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 102
5.1. Pengujian Model dan Pembahasan 102
5.1.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 104
5.1.2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*) 109
5.2. Uji Kausalitas 123
5.2.1. Pengujian Hipotesis Pertama 123

5.2.2. Pengujian Hipotesis Kedua 124
5.3. Integrasi Analisa SEM PLS dan SWOT 124
5.4. Analisis SWOT 125
5.4.1. Hasil Analisa SWOT 126
5.4.2. Matriks dan Diagram SWOT 128
5.5. Gambaran Umum UKM Pengolahan Hasil Perikanan Mitra Abadi Lamongan ... 133
5.5.1. Tata Letak Produksi 134
5.5.2. Proses Produksi 135
5.5.3. Pengemasan 137
5.5.4. Sistem Tenaga Kerja 137
5.5.5. Sertifikat 138
5.5.6. Analisa Usaha Jangka Pendek 141
5.5.7. Analisa Jangka Panjang 143
5.6. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan di UKM Mitra Abadi 146
5.6.1. Analisis SWOT 146
5.6.2. Matriks dan Diagram SWOT 150
5.6.3. Hasil Analisis Diagram SWOT 152
5.7. Hasil Kebaruan Penelitian 156
BAB VI KESIMPULAN 160
6.1. Kesimpulan 160
6.2. Saran 160
DAFTAR PUSTAKA 163
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Posisi Indonesia Sebagai Produsen Perikanan Tangkap Dunia 2012 1
Tabel 1.2. Posisi Indonesia Sebagai Produsen Perikanan Budidaya Dunia 2012 2
Tabel 1.3. Jumlah Unit Pengolahan Ikan di Jatim 4
Tabel 2.1. Kriteria Mutu Ikan Segar 20
Tabel 2.2. Skor Faktor Bisnis Yang Mempengaruhi Daya Saing 40
Tabel 2.3. Kendala UKM di Negara ASEAN Dalam Era Bisnis Global 41
Tabel 2.4. Review Penelitian Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UKM PHP ke Pasar Regional ASEAN Melalui Sertifikasi 53
Tabel 4.1. Alokasi Waktu Penelitian 86
Tabel 4.2. Hasil Uji Goodness Of Fit Model..... 86
Tabel 4.3. EFAS untuk Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan 98
Tabel 4.4. IFAS untuk Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan 99
Tabel 4.5. Model Matrik SWOT 100
Tabel 5.1. Hasil Uji Validitas Konvergen Dengan Indikator Valid..... 107
Tabel 5.2. Hasil Uji Validitas Deskriminan..... 108
Tabel 5.5. Nilai Q^2 Model..... 109
Tabel 5.6. Hasil Uji *Goodness of Fit Model*..... 110
Tabel 5.7. Hasil Uji Signifikansi (Uji Pengaruh Parsial) dengan $\propto$ 5%..... 111
Tabel 5.8. Perbandingan Hasil Uji Signifikansi..... 111
Tabel 5.9. Besar Pengaruh Parsial (f^2)..... 121
Tabel 5.10. R Square..... 122
Tabel 5.11. Tabel Kekuatan IFAS..... 126
Tabel 5.12. Tabel Kelemahan IFAS..... 126
Tabel 5.13. Tabel Peluang IFAS..... 127
Tabel 5.14. Tabel Ancaman IFAS..... 127
Tabel 5.15. Analisis Matriks SWOT..... 128
Tabel 5.16. Jumlah produksi dan penerimaan produk selama 8 bulan..... 142
Tabel 5.17. Hasil Analisa Usaha Jangka Pendek dan Panjang UD. Mitra Abadi..... 146
Tabel 5.18. Hasil Analisis Faktor Strategis Aspek Internal (IFAS) UKM Mitra Abadi 147
Tabel 5.19. Hasil Analisis Faktor Strategis Aspek Eksternal (EFAS) UKM "Mitra Abadi..... 149

Tabel 5.20. Analisis Matriks SWOT 151
Tabel 5.21. Kebaruan penelitian faktor penentu daya saing UKM PHP melalui Strategi sertifikasi 157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Sebaran Unit Pengolahan Ikan di Jawa dan Luar Jawa (KKP,2014) 15
Gambar 3.1 Sistem Agrobisnis Perikanan 62
Gambar 3.2. Kerangka Teori Penelitian Daya Saing UKM PHP..... 74
Gambar 3.3. Kerangka Konsep Penelitian Daya Saing UKM PHP melalui Sertifikasi 77
Gambar 3.4. Model Hipotetik Kerangka Penelitian 78
Gambar 3.5. Kerangka Analisis Penelitian 80
Gambar 3.6. Kerangka Operasional Penelitian 82
Gambar 4.1. Diagram Kartesius SWOT 100
Gambar 5.1. Spesifikasi Model PLS..... 103
Gambar 5.2. Hasil Estimasi Model PLS Teknik Algorithm..... 105
Gambar 5.6. Diagram Analisis SWOT UKM PHP..... 130
Gambar 5.7. Lay Out Produksi UKM Mitra Abadi..... 135
Gambar 5.8. Bagan Alir produksi Bakso dan Scallop..... 136
Gambar 5.9. Bagan Alir produksi Nuget..... 136
Gambar 5.10. Diagram Analisis SWOT UKM Mitra Abadi..... 153

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner untuk UKM PHP berdaya saing 170

Lampiran 2 Modal tetap 181

Lampiran 3 Biaya tetap 182

Lampiran 4 Biaya variabel 183

Lampiran 5 Biaya variabel lainnya 184

Lampiran 6 Penerimaan 8 bulan terakhir 185

Lampiran 7 Perhitungan analisa jangka pendek 186

Lampiran 8 Perhitungan analisa jangka panjang 192

Lampiran 9 Data Persepsi Responden Daya Saing UKM – PHP 193

Lampiran 11 Analisis Model Menggunakan PLS 202

Lampiran 12 Data Persepsi Responden Untuk Pembobotan Dan Rating Dalam Analisis Swot Daya Saing UKM 209

Lampiran 13. Contoh Deskripsi Data UKM 211

DAFTAR ISTILAH

AEC : ASEAN Economy Community
AFTA : ASEAN Free Trade Agreement
BPOM : Badan Pengawas Obat dan Makanan
BSN : Badan Standarisasi Nasional
DS 1 : Daya saing : market access
DS 2 : Daya saing : competitive price
DS 3 : Daya saing : turnover value
GMP : Good Manufacturing Practices
HACCP: Hazard Analysis & Critical Contro Point
HO : Surat ijin gangguan
IMB : Ijin Mendirikan Bangunan
ISO : International Organization for Standardization
KI 1 :Koordinasi Instansi : Agecy Coordination between agency of government
KI 2 : Koordinasi Instansi : Agency Coordination between agency & NGO
KI 3 : Koordinasi Instansi : Ag. Coord. between another agency of government
KP 1 :Kualitas produk : Product quality as national standar
KP 2 :Kualitas Produk : Raw material quality
KP 3 :Kualitas Produk : Process technology
LPPOM-MUI : Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika – Majelis Ulama' Indonesia
LR 1 :Legal Requirement : Ownership of company legal document
LR 2 :Legal requirement : Ownership of production eligibility document
MD : Makanan Dalam negri
MEA : Masyarakat Ekonomi ASEAN
ML : Makanan Luar negri
MRS 1 : Market requirement sertifikasi: Ownership of national certificate
MRS 2 : Market requirement sertifikasi : Ownership of international certificate
PDRB : Produk Domestik Regional Bruto
PHP : Pengolahan Hasil Perikanan
P-IRT : Perusahaan Industri Rumah Tangga
PLS : Partial Least Square
Poklahsar: Kelompok Pengolah dan Pemasar
R 1 : Regulasi : Free trade
R 2 : Regulasi : Export
R 3 : Regulasi : Import
R 4 : Regulasi : Government diplomacy
SDM 1: Sumberdaya manusia : Knowledge
SDM 2 : Sumberdaya manusia : Skill
SDM 3 : Sumberdaya manusia : Ability
SDM 4 : Sumberdaya manusia : Entrepreneurship spirit
SDM 5 : Sumberdaya manusia : Human resource certificate
SIUP : Surat Ijin Usaha Perdagangan

SKP : Sertifikat Kelayakan Pengolahan
SNI : Standar Nasional Indonesia
TDP : Tanda Daftar Perusahaan
UKM : Usaha Kecil Menengah
Vap : value added product

Beberapa alternatif pertanyaan :

1) Pada halaman 121 , hasil uji parsial, bahwa market requirement sertifikasi (MRS) dipengaruhi oleh LR (legal requirement), SDM dan KP (kualitas produk) dan diketahui urutan kekuatannya. Apakah tabel kebaruan di akhir bab 5 sudah mencerminkan urutan itu ?

   Yang sementara kelihatan adalah urutan dari yang memiliki loading factor tertinggi.

   Jawab: urutan yang terkait daya saing belum dilakukan.

2) Saran : Setelah tabel kebaruan di tabel 5,21, perlu kalimat closing yang mengambil benang merah keseluruhan, misal bahwa strategi sertifikasi akan mampu meningkatkan daya saing UKM pengolahan ikan dengan melibatkan berbagai stakeholder sesuai ranah tugas nya.

3) Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada teori yang mana. Belum nampak di naskah.

   Jawab: bisa memberikan kontribusi pada teori pemasaran dimana strategi sertifikasi bisa ditambahkan di samping strategi lain yang sudah ada sebelumnya. Strategi sertifikasi ini cocok diterapkan di era perdagangan bebas regional untuk produk php.

4) Apa peran studi kasus di UD. Mitra Abadi dalam penelitian ini.

   Jawab: sebagai implementasi dari model yang didapatkan, dan mendukung strategi yang akan disimpulkan dari penelitian UKM PHP di jawa Timur secara umum.

5) tema legal requirement, market requirement, ini belum banyak terdengar sebelumnya. Dan ini menarik karena belum menjadi perhatian banyak pihak dalam pembinaan UKM, UKM pengolahan ikan khususnya. Sehingga yang sering kita lihat UKM pengolahan ikan kita ini tetap saja kecil. Bahkan kadang hilang bila dia menemukan pekerjaan lain.

Bagaimana anda mendapatkan tema tersebut

Jawab: sy pernah mengikuti workshop pemasaran ikan internasional yg difasilitasi KKP dengan instruktur beberapa expert Belanda yg tergabung dalam cbi. Selama setahun, tiap bulan 4 hari. Mereka prihatin dengan kondisi kita yg ikan melimpah tapi tidak mampu menembus pasar. Padahal demand di Eropa terus meningkat. Hasil survey mereka di Indonesia mendapatkan bahwa ada beberapa hambatan, di antaranya yg cukup dominan adalah pemenuhan legal and market requirement.

Beberapa alternatif pertanyaan:

1) Masih banyak kata dlm bahasa inggris atau bahasa latin (seperti et al.) yang tidak menggunakan font italic.
2) Ringkasan. Apa ada kata kunci.

   Jawab: seharusnya tidak ada. Akan diperbaiki.
3) Halaman 126, 127, IFAS dan EFAS belum dipanjangkan.

   Jawab : Internal Factor Analysis Strategy dan External Factor Analysis Strategy.
4) Halaman 153 judul sub bab apa benar ?

   Salah. Yang benar adalah : Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UKM UD. Mitra Abadi.
5) Strategi yang dirumuskan di halaman 131 agar dikaitkan dengan hasil analisis PLS. Dan itu merupakan temuan utama peneliti. Tidak terkesan berdiri sendiri.

   Jawab : benar. Strategi yang diuraikan di situ masih dikaitkan dengan item-item pada IFAS dan EFAS. Belum dikaitkan dengan hasil PLS terkait dengan variabel – variabel yang secara langsung atau tak langsung mempengaruhi daya saing. Akan direvisi. Terima kasih saran ibu Prof.
6) Implementasi strategi agresif di tabel 5.21 sudah benar disusun berdasarkan nilai loading factor. Namun untuk aplikasi di lapangan bagaimana saran praktis nya. Harus mulai dari mana. Sebaiknya dicantumkan di saran.

Jawab : intinya bahwa program yang dirancang sebaiknya berorientasi pada peningkatan daya saing, yang berarti terkait dengan peningkatan omzet, volume penjualan dan meluasnya akses pasar. Khusus UKM php yang biasanya tergabung dalam POKLAHSAR sebaiknya dipisah antara kelompok pengolah dengan kelompok pemasar.

Kelompok pengolah dibina GMP nya. Kelompok pemasar dibina sebagai unit distributor. Kedua jenis kelompok ini diupayakan sertifikasi sesuai kebutuhan masing-masing. Barulah unit ini ketika memasuki tahap marketing lebih bisa bersaing di pasar.

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produksi perikanan Indonesia hingga akhir tahun 2016 mencapai 23,51 juta ton, melebihi angka yang ditargetkan yaitu 23,43 juta ton, sehingga prosentase capaian adalah 100,33%. Hal ini berarti terjadi kenaikan dari akhir tahun 2015 yang mencapai 23,99 juta ton (KKP, 2017). Sementara itu berdasarkan analisis data peluang pangsa pasar ekspor produk perikanan di tahun 2016, diprediksikan terjadi peningkatan volume dan nilai ekspor dengan target nilai ekspor sebesar USD 6,82 miliar. Realisasi nilai ekspor tersebut pada tahun 2016 hanya mencapai USD 4,17 miliar atau 61,14% dari target. Namun demikian, nilai volume ekspor pada tahun 2016 tetap terjadi peningkatan sebesar 5,57% jika dibandingkan dengan tahun 2015. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan nilai tambah dari volume produk perikanan yang diekspor.

Pada sektor perikanan ini, bidang pengolahan dan pemasaran adalah yang paling mendominasi pada perdagangan bebas ASEAN (*Association of South East Asia Nations*), atau disebut juga dengan era AEC (*Asean Economic Community*) yang dimulai pada bulan Desember 2015 sebagai bagian dari AFTA atau *ASEAN Free Trade Agreement* hasil kesepakatan tahun 2003. Kesiapan industri pengolahan hasil perikanan akan menentukan apakah Indonesia diuntungkan ataukah sebaliknya dirugikan dalam era AFTA dan AEC tersebut. Pada Tabel 1.1. dan Tabel 1.2. menunjukkan posisi Indonesia sebagai produsen perikanan di tingkat dunia yang berarti pula potensi kemampuan bersaing dalam industri pengolah hasil perikanan dalam perdagangan bebas. Posisi Indonesia sebagai produsen perikanan tangkap adalah nomer 2 di dunia dengan total produksi ikan

sebesar 4,700,000 ton, sementara untuk produsen perikanan budidaya adalah juga nomer 2 di dunia, dengan total produksi sebesar 4,380,266 ton (KKP, 2014).

Tabel 1.1. Posisi Indonesia Sebagai Produsen Perikanan Tangkap Dunia

No	Negara	Produksi (Ton)
1	China	36,734,215
2	Indonesia	4,700,000
3	India	3,785,779
4	Vietnam	2,671,800
5	Bangladesh	1,308,515
6	Thailand	1,286,122
7	Norwegia	1,008,010
8	Mesir	919,585
9	Myanmar	850,697
10	Filipina	744,695

Sumber: FAO dalam KKP (2014)

Tabel 1.2. Posisi Indonesia Sebagai Produsen Perikanan Budidaya Dunia

No	Negara	Produksi (Ton)
1	China	15,380,266
2	Indonesia	5.380.266
3	India	4,694,968
4	USA	4,694,540
5	Peru	4,261,091
6	Rusia	4,069,624
7	Jepang	4,044,285
8	Myanmar	3,063,210
9	Chile	2,679,736
10	Filipina	2,675,292

Sumber: FAO dalam KKP (2014)

Ikut sertanya Indonesia dalam sejumlah perjanjian perdagangan bebas menjadi salah satu pemicu melonjaknya arus barang impor non migas ke dalam negri. Ironi bahwa produk impor yang masuk Indonesia tersebut sesungguhnya bisa diproduksi sendiri di dalam negeri, dikhawatirkan terjadi *paradox of plenty*, yaitu negara yang mempunyai kekayaan sumberdaya alam dengan pertumbuhan ekonomi yang rendah dan tingkat kemiskinan dan pengangguran yang tinggi, jika dibandingkan dengan negara yang tidak memiliki sumberdaya alam (Wijatno S dan Ariawan G., 2014). Kondisi dalam negeri Indonesia dengan jumlah penduduk jauh lebih besar daripada negara-negara ASEAN menjadikan Indonesia sebagai

sasaran pasar regional itu sendiri, utamanya sebagai implementasi AFTA dan ACFTA. Sehingga kondisi pasar dalam negri Indonesia sudah menjadi pasar bebas regional.

Sementara untuk Propinsi Jawa Timur total produksi perikanan tahun 2017 mencapai 1.628,403 ton dimana 427.401 ton adalah dari hasil tangkapan dan sisanya hasil produksi budidaya (Jatim - BPS, 2018). Hal ini merupakan peningkatan yang baik dibanding tahun 2012 yang masih 800.000 ton. Produktivitas ini berdampak positif pada kontribusi sektor perikanan kelautan terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) Jatim, yakni sebesar Rp. 50,99 triliun atau 2,53% dari total PDRB Jatim yang sebesar Rp. 2.019,2 trilyun pada tahun 2017. Sedangkan capaian ekspor hasil perikanan Tahun 2017 sebesar 198.866,761 ton dengan nilai sebesar 1,2 milyar US$ atau sekitar Rp. 16 triliun (Surabaya Tribun, 2018).

Industri Usaha Kecil Menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan perikanan (PHP) Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu basis produksi dan industri perikanan nasional karena ada sekitar 130 Unit Pengolahan Ikan (UPI), 63 UPI diantaranya berorientasi ekspor. Hal ini menunjukkan bahwa produk perikanan dari Jawa Timur mempunyai daya saing yang cukup tinggi sehingga mampu bersaing di pasar ekspor. Nilai ekspor nasional hasil perikanan Indonesia pada tahun 2017 diperkirakan sekitar 28 persennya merupakan kontribusi dari Jawa Timur, yakni sebesar 1,2 M USD.

Data di atas menunjukkan bahwa produksi perikanan Jawa Timur memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Program Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) 2016 menetapkan bahwa kegiatan usaha perikanan sesuai program pro-rakyat melalui peningkatan *supply chain and value chain management*, berupa peningkatan produksi produk olahan ikan bernilai

tambah tinggi melalui peningkatan kapasitas Usaha Kecil Menengah (UKM) dan industrialisasi pengolahan, seperti industri inti (*core industries*), industri pemasok (*supllier industries*), industri pendukungnya (*supporting industries*) serta industri terkait (KKP, 2017).

Pembangunan sektor kelautan dan perikanan diarahkan ke industrialisasi agar dapat mencegah ketergantungan kebutuhan konsumsi Indonesia pada negara lain, dengan cara memanfaatkan pasar lokal yang besar ini sebagai basis pengembangan pasar internasional. Dengan kata lain, produk UKM PHP harus diterima menjadi tuan di negeri sendiri dan menjadi dasar untuk masuk dan berkembang di pasar negara lain.

Sebagai salah satu basis produksi dan industri perikanan, di Jawa Timur terdapat sekitar 130 Unit Pengolahan Ikan (UPI) dimana 119 UPI di antaranya telah memiliki Sertifikat Jaminan Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan (Sertifikat HACCP), sehingga dapat melakukan ekspor ke mancanegara. Tabel 1.4. menunjukkan jumlah UPI pengolahan ikan di Jawa Timur.

Tabel 1.5. Jumlah Unit Pengolahan Ikan (UPI) di Jawa Timur

No	Kota/Kabupaten	Jumlah UPI
1	Surabaya	13
2	Sidoarjo	28
3	Pasuruan	23
4	Malang	5
5	Probolinggo	3
6	Situbondo	1
7	Lamongan	5
8	Banyuwangi	23
9	Jember	1
10	Kediri	2
11	Mojokerto	1
12	Tuban	2
13	Bojonegoro	1
14	Gresik	10
15	Daerah Madura	5
	Jumlah	123

Sumber: DPK Jatim (2015) dan SSC (2014), data diolah

Permasalahan mendasar UKM PHP yang sering terjadi adalah hambatan modal dan pemasaran produk. Namun bila ditinjau lebih dalam maka kiranya banyak aspek lain yang kurang menunjang eksistensi UKM baik untuk berproduksi maupun memasarkan produknya. Seperti aspek standarisasi produk, sertifikasi produk, pembentukan unit dan sistem marketing dalam kelompok UKM, pembentukan *brand image*, kemampuan pelaku usaha, kemudahan perijinan, dan lainnya. Bahkan menjadi hambatan yang tidak perlu ketika sertifikasi harus melalui beberapa instansi yang berbeda, yaitu SKP melalui DKP, PIRT melalui DepKes, SIUP dan merk melalui DISPERDAGIN, MD-BPOM melalui BPOM, Halal melalui LPPOM-MUI. Hal demikian kiranya menyulitkan ruang gerak UKM, terutama bila berkompetisi dengan UKM di negara ASEAN lain.

Permasalahan yang dihadapi UKM kiranya dapat dikelompokkan dalam permasalahan tuntutan pasar dan dukungan Pemerintah (untuk faktor eksternal), dan permasalahan *mindset/spirit* kewirausahaan dan kemampuan sdm atau sumberdaya manusia (untuk faktor internal). Permasalahan sertifikasi produk UKM PHP bahkan pernah hingga menyebabkan beberapa UKM berurusan dengan oknum aparat kepolisian tingkat propinsi. Survei dan verifikasi langsung beberapa pelaku UKM mendapatkan bahwa dalam periode November 2014 beberapa UKM telah diinterogasi terkait dengan produk hasil olahan ikannya yang telah beredar tanpa memiliki sertifikat dari BPOM. Sebagai pemegang amanah Undang-Undang No 18 tahun 2012 Tentang Pangan BPOM adalah badan yang mengeluarkan sertifikat layak edar untuk produk pangan beku, atau yang diolah menggunakan daging dan susu, atau yang diproduksi oleh perusahaan besar.

Di wilayah Propinsi Jawa Timur, Kabupaten Lamongan merupakan daerah yang dikenal sebagai penghasil komoditas hasil perikanan dengan spesifikasi wilayah yang beragam, dimana di bagian utara merupakan daerah pantai dari Laut Jawa yang terkenal dengan produksi ikan laut yang didaratkan di Pelabuhan

Perikanan Nusantara (PPN) Brondong, sementara di wilayah tengah merupakan daerah sawah tambak tadah hujan. Perhatian Pemerintah Daerah Lamongan dalam APBD untuk Dinas Perikanan dan Kelautan mencapai lebih dari Rp 6,6 miliar melalui berbagai program, diantaranya program pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir, program pemberdayaan masyarakat dalam pengawasan dan pengendalian sumber daya kelautan, program pemberdayaan budidaya perikanan dan program pengembangan perikanan tangkap serta program optimalisasi pengelolaan dan pemasaran produksi dan program pengembangan sarana dan prasarana penyuluhan (Bappeda, 2016). Hingga tahun 2017 Pemda Lamongan juga telah melakukan perjanjian kerjasama untuk pembangunan bidang kelautan dan perikanan dengan beberapa Perguruan Tinggi termasuk di antaranya adalah Univesitas Brawijaya dan Universitas Hang Tuah.

"Mitra Abadi" adalah salah satu UKM pengolahan hasil perikanan yang berlokasi di Maduran, sekitar 15 km di utara pusat Kabupaten Lamongan. Sejak dioperasikan pada tahun 2010 dengan pimpinan Bapak Nasrudin sampai dengan saat ini UD. Mitra Abadi telah memiliki ruang produksi seluas ±150m^2. UKM ini merupakan binaan Dinas Perikanan dan Kelautan (Diskanla) Kabupaten Lamongan sebagai salah satu POKLAHSAR (Kelompok Pengolah dan Pemasar) di antara kelompok-kelompok yang lain yang merupakan output dari program Dinas. Sehingga UKM ini juga sering disebut sebagai POKLAHSAR "Mitra Abadi". Produk yang dihasilkan utamanya adalah surimi dan bakso ikan, sedang produk sampingan adalah fillet ikan, "tempura", sosis ikan, dan siomay. Volume produksi rata-rata mencapai 200 kg per hari, dengan omzet rata-rata Rp 60 juta per bulan. Produk fillet dan vap (*value added products*) dipasarkan ke Lamongan, Gresik, Tuban, Sidoarjo, Surabaya. Perusahaan ini telah beberapa kali menjadi mitra Universitas Hang Tuah dalam program pengabdian masyarakat baik berskala lokal

ataupun nasional bekerjasama dengan Kementrian Ristek - Dikti (dh. Kemendikbud).

Beberapa penelitian yang banyak dilakukan umumnya meninjau UKM secara umum semua komoditi termasuk non perikanan, sementara produk perikanan sendiri banyak diteliti tentang aspek produksi, rekayasa produk dan aspek kesehatan produknya. Masih sedikit penelitian yang menjembatani antara UKM perikanan secara khusus dengan kondisi pasar. Seperti yang dilakukan oleh Triyanto, *et al.* (2012) tentang bantuan kemitraan untuk UKM perikanan, dan Saptanto (2011) yang sudah meneliti daya saing UKM PHP dikaitkan dengan era pasar ASEAN - China. Indonesia yang memiliki potensi perikanan yang besar dan telah mendeklarasikan Poros Maritim dalam Kabinet yang berjalan kiranya perlu segera menemukan *misslink* yang menyebabkan UKM perikanan tidak bisa tumbuh seperti yang diharapkan.

1.2. Perumusan Masalah

Fenomena masuknya produk olahan ikan impor dari negara ASEAN merupakan ancaman bagi perkembangan UKM PHP Indonesia yang sementara masih terbentur banyak faktor untuk bisa eksis, bahkan untuk di wilayah Indonesia sendiri. Sedangkan impor bahan makanan dari ASEAN tidak bisa dibendung lagi begitu era AEC diberlakukan sejak 31 Desember 2015. Dengan memperhatikan latar belakang dan batasan perumusan masalah tersebut di atas maka penelitian ini mengkaji bagaimana strategi peningkatan daya saing produk usaha kecil menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan (PHP) ke pasar regional ASEAN melalui sertifikasi. Maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1) Bagaimana pengaruh pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi terhadap pemenuhan

market requirements sertifikasi usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP)?

2) Bagaimana pengaruh pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi melalui pemenuhan *market requirements* sertifikasi usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) terhadap daya saing produk usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) di pasar regional ASEAN?

3) Bagaimana strategi peningkatan daya saing produk usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) terhadap aksesibilitas dan penetrasi produk UKM PHP ke pasar regional ASEAN?

1.3. Tujuan Penelitian

1) Untuk mengkaji pengaruh pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi terhadap pemenuhan *market requirements* sertifikasi usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP)

2) Untuk mengkaji pengaruh pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi melalui pemenuhan *market requirements* sertifikasi usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) terhadap daya saing produk usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) di pasar regional ASEAN

3) Untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing produk usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) terhadap aksesibilitas dan penetrasi produk UKM PHP ke pasar regional ASEAN

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1) Bagi pelaku usaha (UKM): pelaku usaha pengolahan hasil perikanan mengetahui faktor-faktor yang menentukan pertumbuhan UKM nya, sehingga dapat merencanakan tahapan yang harus dilalui dalam melakukan usaha pengolahan hasil perikanan untuk dapat bersaing di pasar regional.
2) Bagi Pemerintah: informasi untuk pemberdayaan ukm php untuk dapat tumbuh dan mendukung ikon daerah *one village one product*, serta meningkatkan daya saing produk.
3) Bagi penentu kebijakan: rekomendasi kebijakan yang dihasilkan melalui penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam merancang program akselerasi UKM perikanan menuju perdagangan bebas kawasan ASEAN. Mengingat UKM perikanan Jawa Timur adalah yang terbesar nilai ekspor perikanannya, maka hasil penelitian ini dapat menjadi *pilot project* bagi pengembangan UKM perikanan di Indonesia pada umumnya.
4) Bagi mahasiswa: penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan mendapatkan pengetahuan-pengetahuan baru selama melakukan penelitian dalam rangka membantu penyelesaian permasalahan UKM PHP untuk menemukan model pengembangan yang tepat sehingga UKM dapat eksis bahkan berkembang di era pasar global.
5) Bagi Perguruan Tinggi: penelitian ini dapat digunakan untuk bahan penelitian selanjutnya, utamanya dalam pengembangan UKM perikanan di era perdagangan AEC

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari lima puluh juta rupiah sampai dengan paling banyak lima ratus juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari tiga ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak sebesar dua milyar lima ratus juta rupiah. Sedangkan usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari lima ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak adalah sepuluh milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari dua milyar lima ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak lima puluh milyar rupiah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008).

Dalam UU RI No. 20 Tahun 2008 tersebut di Pasal 6 menyebutkan bahwa UKM dibedakan berdasarkan *asset* dan omsetnya sebagai berikut:

1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sedangkan Keputusan Menpperindag (Kepmenpperindag) No.257/MPP/Kep/7/1997 menyebutkan bahwa yang termasuk dengan IKM (Industri Kecil Menengah) adalah usaha dengan nilai investasi maksimal Rp. 5 miliar termasuk tanah dan bangunan. Sementara BPS membagi jenis IKM berdasarkan besarnya jumlah pekerja, yaitu: (a) kerajinan rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja di bawah 3 orang termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar, (b) usaha kecil, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 - 9 orang, (c) usaha menengah, sebanyak 20-99 orang.

2.1.1. Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah sektor perekonomian yang sangat penting di Indonesia. Estimasi pertumbuhan pelaku usaha tersebut mencerminkan bahwa setiap pertumbuhan 1% PDB akan menciptakan 42.797 pelaku usaha baru di Indonesia. Selain kontribusinya terhadap ekonomi Indonesia, UKM dipandang sebagai sektor yang handal dalam menghadapi terpaan krisis ekonomi. Hal ini terbukti ketika terjadi krisis ekonomi tahun 1998 UKM masih tetap eksis sementara usaha besar banyak yang gulung tikar (*Indonesian Economic & Small Medium Enterprises Outlook* pada tahun 2011) (Astuti *et al*., 2014).

Beberapa aspek karakteristik usaha kecil dan menengah meliputi:

1. Bentuk Badan Hukum

   Salah satu yang banyak disoroti dari karakteristik industri kecil adalah badan hukumnya. Sebagian besar industri kecil nasional tidak berbadan hukum atau bersifat informal. Karena sifat usahanya yang informal, maka industri kecil sering kali tidak terjangkau oleh berbagai jenis kebijakan pembinaan yang dilakukan pemerintah, baik di bidang kemitraan, perkreditan atau lainnya.

2. Sumber Daya Manusia

   Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor produksi yang sangat vital dalam menentukan maju mundurnya perusahaan. Salah satu faktor yang menentukan kualitas SDM adalah tingkat pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan semakin

besar pula kemampuannya dalam segala hal termasuk kemampuannya untuk berkarya secara lebih produktif. Umumnya UKM dicirikan dengan rendahnya kualitas tenaga kerja atau tingkat pendidikan dan didominasi oleh tenaga kerja laki-laki.

3. Ketrampilan

Kemampuan penguasaan teknologi merupakan salah satu faktor terpenting bagi sektor industri atau usaha dalam mencapai keunggulan kompetitif. Faktor ini yang sering tidak dimiliki oleh industri kecil sehingga menyebabkan sulit untuk berkembang.

4. Permodalan

Merupakan salah satu masalah utama yang dihadapi oleh industri kecil. Kebanyakan pengusaha pada industri kecil mengandalkan modalnya sendiri. Sedikitnya pengusaha industri kecil yang menggunakan modal dari pinjaman diduga karena terbatasnya akses ke sumber modal pinjaman seperti bank atau lembaga keuangan lainnya. Kemungkinan lain karena memang tidak diperlukan modal usaha yang besar mengingat bahwa skala industri kecil relatif terbatas.

5. Orientasi Pasar

Wilayah pemasaran hasil industri kecil kebanyakan hanya dalam negeri saja. Industri kecil sangat kesulitan dalam melakukan ekspor secara langsung. Volume dan nilai ekspor yang relatif kecil serta administrasi ekspor yang tidak sederhana kemungkinan besar akan membuat perusahaan kurang efisien dalam melakukan ekspor secara langsung. Kemampuan industri kecil untuk melakukan ekspor secara langsung dapat dilakukan oleh daerah yang tahap pembangunan industrinya relatif lebih maju.

6. Proses Pemasaran

Cara pemasaran hasil produk industri kecil sebagian besar menjual kepada para pedagang atau secara langsung menjual kepada konsumen. Hanya ada sedikit sekali industri kecil yang memanfaatkan jasa koperasi dalam memasarkan barangnya.

2.1.2. Usaha Kecil Menengah (UKM) Pengolahan Hasil Perikanan

Arah kebijakan pembangunan kelautan dan perikanan periode tahun 2015-2019 telah dirumuskan sebagai berikut:

1) Mengelola sumberdaya kelautan dan perikanan secara berkelanjutan
2) Meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kelautan dan perikanan
3) Mengembangkan kompetensi SDM dan IPTEK inovatif
4) Membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, transparan dan akuntabel

Menurut UU No 1 Tahun 2004, bahwa semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungannya mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Maka seiring dengan itu upaya pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) perikanan diarahkan pada program pembangunan kelautan dan perikanan yang dirumuskan adalah Program Peningkatan Daya Saing Usaha dan Produk Kelautan dan Perikanan (DitJend P2HP, 2015). Terkait itu pula maka nama Direktorat terkait yaitu DitJend Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (P2HP) berganti nama menjadi DitJend Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.

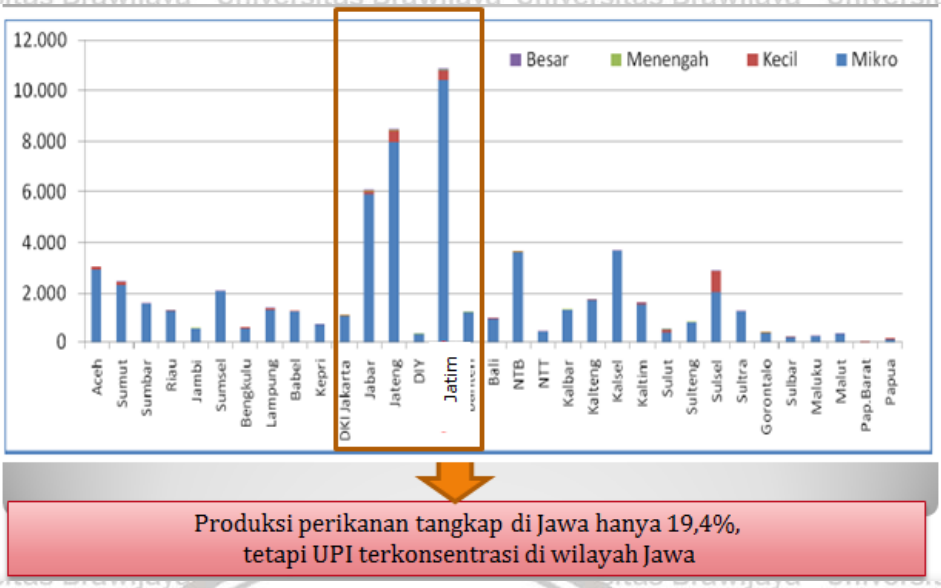
Sektor pengolahan hasil perikanan (PHP) merupakan bagian tengah dari sistem Agrobisnis Perikanan dimana sebelumnya diawali oleh sub sistem sarana produksi, produksi perikanan baik berupa kegiatan penangkapan ataupun budidaya, kemudian sub sistem pengolahan, dan terakhir sub adalah sistem pemasaran hasil perikanan (Primyastanto M, 2011). Peran PHP ini sangat strategis karena akan menentukan nilai produksi perikanan baik skala lokal maupun nasional, mengingat hasil perikanan bersifat *perishable food* sehingga dibutuhkan penanganan khusus yang cepat dan cermat melalui cara-cara pengolahan yang baik.

Sektor pengolahan dan pemasaran hasil perikanan adalah yang paling mendominasi dalam era baru perdagangan bebas dengan ASEAN sebagai bagian dari perjanjian AFTA yang disepakati tahun 2003, ataupun perjanjian perdagangan bebas

dengan China berupa ACFTA yang telah mulai diberlakukan tahun 2010. Kesiapan industri pengolahan perikanan dalam mengolah produk yang berdaya saing dan memasarkan dengan cara-cara yang tepat akan menentukan peran Indonesia dalam era perdagangan bebas ini. Sebagai negara dengan penduduk terbesar di ASEAN maka kekalahan persaingan akan menyebabkan Indonesia sekedar menjadi pangsa pasar produk impor.

Data di Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan nilai ekspor non migas dari sektor UKM secara umum mencapai Rp 166.626 milyar pada tahun 2012, atau 14,1% dari total ekspor non migas, yang berarti 85,9% ekspor berasal dari perusahaan besar. Sementara nilai invetasi pada tahun tersebut mencapai Rp 1.250.801 milyar, dibanding perusahaan besar yang mencapai Rp 1.033.071 milyar. Selain itu UKM di Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 99,74% dari total serapan nasional dan memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar Rp 1.013,5 triliun atau 56,73% (Arief *et al*., 2012). Besarnya kontribusi ini menunjukkan bahwa UKM mempunyai kemampuan untuk memperkuat struktur perekonomian nasional dan memiliki peranan penting sehingga perlu terus dikembangkan dan dicarikan solusinya ketika dalam perjalanannya banyak menghadapi permasalahan.

Produksi perikanan di Indonesia sebagian besar dikelola oleh UMKM perikanan, dengan nilai hampir mencapai 90% seperti tersaji pada Gambar 2.1 (KKP, 2014). Namun demikian dari besarnya prosentase kegiatan usaha perikanan yang dikelola oleh UMKM tersebut, secara umum UKM pengolahan hasil perikanan tidak mampu meningkatkan daya saing jumlah dan kualitas produksinya, dan ini terjadi hampir di semua UKM perikanan di Indonesia. Arief *et al.* (2012) menjelaskan hasil penelitiannya bahwa karakteristik UKM sebagian besar adalah kurang permodalan, kesulitan dalam pemasaran, struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, kualitas manajemen rendah, sdm terbatas dan kualitasnya rendah, kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, aspek legalitas lemah, dan rendahnya terapan teknologi.



Gambar 2.1. Sebaran Unit Pengolah Ikan di Jawa dan Luar Jawa (KKP, 2014)

Kebanyakan UKM pengolahan hasil perikanan memiliki karakteristik antara lain: volume produksi relatif kecil, modal relatif kecil, belum berbadan hukum, atau badan hukum yang sifatnya privat seperti UD, bersifat padat karya, belum memisahkan kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan, sebagian besar lokasi perusahaan yang menjadi satu dengan rumah tinggal, produk yang dihasilkan sering tidak seragam, kondisi sanitasi dan *hygiene* perusahaan sering tidak memadai, masih miskin sertifikasi legalitas perusahaan atau layak edar, jaringan pemasaran terbatas, catatan administrasi dan keuangan sangat sederhana, tidak memiliki perencanaan jangka panjang, berorientasi untuk pemenuhan order jangka pendek dan *income* jangka pendek (Sulistyowati *et al.*, 2018).

Dengan segala keterbatasan tersebut para UKM mencoba eksis di tengah perdagangan tingkat lokal, sehingga tidak jarang UKM menemukan banyak hambatan untuk berhasil. Muhandri (2006) dalam Kumorotomo dan Wahyudi (2008) menjelaskan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM terbagi atas faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi: permasalahan modal, tenaga kerja, teknologi dan peralatan, pemasaran, inovasi, dan manajemen usaha. Sementara faktor eksternal meliputi ketersediaan bahan baku, kondisi ekonomi negara, keamanan, sarana dan prasarana, kondisi sosial ekonomi, serta fasilitas ekonomi.

2.2. Pemenuhan Persyaratan Perijinan UKM

Perkembangan UKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor. Salah satu persoalan utama yang dihadapi UKM adalah akses dengan Pemerintah terkait dengan perijinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan perijinan menyulitkan kinerja UKM (Sulistyowati *et al.*, 2018). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab IV:

(1) Pasal 36 ayat 2, menjelaskan bahwa bukti legalitas usaha untuk Usaha Mikro, Usaha Kecil,dan Usaha Menengah diberikan dalam bentuk:
   a. surat izin usaha;
   b. tanda bukti pendaftaran; atau
   c. tanda bukti pendataan
(2) Pasal 37 ayat 2, Pemerintah dan Pemerintah Daerah wajib memberikan kemudahan perizinan dengan cara memberikan keringanan persyaratan yang mudah dipenuhi oleh Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang dimiliki oleh orang perseorangan warga negara Indonesia dan badan hukum Indonesia.
(3) Pasal 44 ayat 1 menjelaskan Pemerintah dan Pemerintah Daerah membebaskan biaya perizinan kepada Usaha Mikro dan memberikan keringanan biaya perizinan kepada Usaha Kecil.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 98 Tahun 2014, tentang Perijinan untuk Usaha Mikro dan Kecil, lebih memperjelas kemudahan usaha:

(1) Pasal 1 ayat 3, Izin usaha mikro dan kecil yang selanjutnya disingkat dengan IUMK adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar
(2) Pasal 2 ayat 2 menjelaskan tujuan pengaturan IUMK bagi pelaku usaha mikro dan kecil untuk (1) mendapatkan kepastian dan perlindungan dalam berusaha dilokasi yang telah ditetapkan; (2) mendapatkan pendampingan untuk pengembangan usaha; (3) mendapatkan kemudahan dalam akses pembiayaan ke lembaga keuangan bank dan non-bank; dan (4) mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan dari pemerintah, pemerintah daerah dan/atau lembaga lainnya.
(3) Ruang lingkup pengaturan IUMK meliputi pengaturan pemberian IUMK bagi pelaku usaha mikro dan kecil.
(4) IUMK diberikan kepada pelaku usaha mikro dan kecil sesuai persyaratan yang ditentukan oleh Pemerintah Kabupaten/Kota dengan berpedoman pada Peraturan Menteri Dalam Negeri.

(5) IUMK diberikan dalam bentuk naskah satu lembar.
(6) Pemberian IUMK kepada usaha mikro dan kecil dibebaskan atau diberikan keringanan dengan tidak dikenakan biaya, retribusi, dan/atau pungutan lainnya.

Peningkatan daya saing UKM hasil perikanan melalui pemenuhan persyaratan perijinan untuk memproduksi pangan yang aman dan bermutu merupakan langkah strategis; dan dapat dilakukan dengan pengembangan keamanan proses, sanitasi dan hygiene yang difokuskan pada model intervensi peningkatan aksesibilitas yaitu: akses keamanan pangan dan akses teknologi. Program peningkatan daya saing UKM harus diupayakan dengan baik dan berkomitmen, serta membutuhkan kerja sama yang baik antar instansi pemerintah, industri besar dan pihak terkait lainnya. (Rahayu *et al.,* 2012).

2.3. Kualitas Produk UKM

Tjiptono (2008) mendefinisikan kualitas sebagai "suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi standar yang telah ditetapkan". Sementara Kotler (2002) merumuskan kualitas sebagai "keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan ataupun tersirat". Kualitas baik itu produk maupun pelayanan merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari sebuah perusahaan, mengingat kualitas berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.

Kualitas produk hasil perikanan disebutkan oleh Margaretha and Japarianto (2012) penting bagi setiap pendiri perusahaan pengolahan ikan. Sembilan faktor yang mempengaruhi kualitas makanan yaitu:

1) Warna dari bahan baku harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.
2) Penampilan produk makanan harus baik dilihat saat berada disajikan, di mana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari produk

makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.

3) Porsi produk dalam setiap penyajian sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size* yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.
4) Bentuk produk memainkan peranan penting dalam daya tarik mata.
5) Tekstur produk makanan antara lain halus atau kasar, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut.
6) Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

2.3.1. Kesesuaian Kualitas Produk Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI)

Salah satu jalan untuk meningkatkan daya saing UKM Indonesia adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi UKM sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) yang dikeluarkan oleh Badan Standar Nasional (BSN) yaitu Sistem Manajemen Mutu (SMM) yang mengadaptasi *International Organization for Standardization* (ISO) 9000. Penerapan SNI merupakan sarana untuk mencapai tujuan mutu dalam menerapkan *Total Quality Control* yang tujuan akhirnya adalah mencapai efektifitas dan efisiensi proses produksi. Standard tersebut meliputi serangkaian prosedur yang mencakup semua proses penting dalam bisnis diantaranya (1) adanya pengawasan dalam proses pembuatan untuk memastikan bahwa sistem menghasilkan produk berkualitas dan tersimpannya data atau arsip penting dengan baik; (2) adanya pemeriksaan barang-barang yang telah diproduksi untuk mencari unit-unit yang rusak, dengan disertai tindakan perbaikan yang benar apabila dibutuhkan. Juga secara teratur meninjau keefektifan tiap-tiap proses dan sistem kualitas itu sendiri. (http://umkmcentre.narotama.ac.id).

Standar Nasional Indonesia (SNI) memberikan kontribusi yang baik, diantaranya: (1) standar ini membantu berkompetisi dengan perusahaan yang lebih besar; (2) standar

membantu dalam akses pasar ekspor; (3) standar membantu memberikan praktek usaha terbaik; (4) standar membantu operasi perusahaan menjadi lebih efisien dan berkembang; (5) standar memberikan kredibilitas dan kepercayaan serta pengakuan konsumen dan (6) standar memberikan bahasa tunggal dalam industri untuk mutu. Sementara manfaat penerapan SNI untuk kegiatan UKM antara lain: (1) memperoleh jaminan mutu; (2) kepercayaan dari pihak yang berkepentingan (partner usaha, regulator); (3) meningkatkan daya saing produk; (4) efisiensi proses produksi; Keteraturan dalam organisasi pelaku usaha; (5) mampu mengidentifikasi bila ada masalah; (6) perlindungan keselamatan, keamanan atau kesehatan manusia dan kelestarian lingkungan hidup (Prasetya, 2014).

2.3.2. Kualitas Bahan Baku

Bahan baku ikan segar merupakan salah satu komoditi yang mudah mengalami kerusakan (*high perishable food*). Kerusakan ini dapat disebabkan oleh proses biokimiawi maupun oleh aktivitas mikribiologi. Kandungan air hasil perikanan pada umumnya tinggi mencapai 56,79% sehingga sangat memungkinkan terjadinya reaksi-reaksi biokimiawi oleh enzim yang berlangsung pada tubuh ikan segar. Sementara itu, kerusakan secara mikrobiologis disebabkan karena aktivitas mikroorganisme terutama bakteri. Kandungan protein yang cukup tinggi pada ikan menyebabkan ikan mudah rusak bila tidak segera dilakukan pengolahan dan pengawetan (Winarno dan Fardiaz, 1980).

Ikan segar adalah ikan yang masih mempunyai sifat sama seperti ikan hidup baik rupa, bau, rasa, maupun teksturnya. Dengan kata lain ikan segar adalah ikan yang baru saja ditangkap, belum mengalami pengolahan lebih lanjut dan belum mengalami perubahan fisik maupun kimia atau yang masih mempunyai sifat sama ketika ditangkap. Kualitas ikan lebih menunjukan pada penampilan estetika dan kesegaran atau derajat pembusukan sampai dimana telah berlangsung, termasuk juga aspek keamanan seperti bebas dari bakteri, parasit, atau bahan kimia. Kualitas kesegaran ikan dapat dievaluasi dengan metode sensori maupun instrumen. Kualitas ikan yang baik adalah ikan yang telah ditangkap dengan cara yang baik, diolah dan ditangani secara benar dipabrik serta

mempunyai karakteristik tertentu, bentuk, ukuran, penampakan, warna, bau, komposisi dan tekstur yang dimiliki ikan (Hardjito, 2006).

Tabel 2.1. Kriteria Mutu Ikan Segar

NO	Parameter	Tanda-Tanda
1	Penampakan fisik	Ikan cemerlang mengkilap sesuai jenisnya, badan ikan utuh, tidak patah, tidak rusak fisik, bagian perut masih utuh dan liat serta lubang anus tertutup
2	Mata	Cerah (terang), selaput mata jernih, pupil hitam dan menonjol
3	Insang	Insang berwarna merah, cemerlang atau sedikit kecoklatan, tidak ada atau sedikit lendir
4	Bau	Bau segar spesifik jenis atau sedikit bau amis yang lembut.
5	Lendir	Selaput lendir dipermukaan tubuh tipis, encer, bening, mengkilap cerah, tidak lengket, berbau sedikit amis dan tidak berbau busuk
6	Tekstur dan daging	Ikan kaku atau masih lemas dengan daging elastis, jika ditekan dengan jari akan cepat kembali, sisik tidak mudah lepas, jika disayat tampak jaringan antar daging masih kuat dan kompak, sayatan cemerlang dengan menampilkan warna daging asli.

Sumber: FAO diacu dalam Sudarma (2006)

Peningkatan kualitas tidak dapat dipisahkan dari usaha peningkatan produktivitas. Usaha yang berlebihan untuk mendorong produktivitas bisa mengorbankan kualitas dari output yang dihasilkan. Sebaliknya, fokus yang berlebihan pada peningkatan kualitas bisa mengurangi perhatian untuk memperbaiki produktivitas, bahkan mungkin akan mengorbankan produktivitas demi mengejar kualitas yang tinggi. Keduanya saling berhubungan dan saling melengkapi satu sama lain. Bila kualitas dan produktivitas dihubungkan dengan sungguh-sungguh maka akan menghasilkan laba yang besar (Nasution, 2004). Batas mutu minimal kesegaran ikan sebagai bahan baku berdasarkan SNI 01-2729.1-2006 adalah nilai tujuh. Batas ini biasanya juga digunakan oleh eksportir ikan segar untuk memenuhi syarat mutu ekspor negara tujuan. Secara organoleptik ikan segar mempunyai kriteria seperti disajikan pada Tabel 2.1 diatas (Sudarma, 2006).

2.3.3. Teknologi Proses Pengolahan

Teknologi proses pengolahan ikan secara tradisional

Proses pengolahan diperlukan untuk menghasilkan produk yang konsisten sifat fungsionalnya dengan mutu dan nilai nutrisi yang tinggi serta aman bagi konsumen. Dalam ilmu teknologi pangan, sifat fungsional didefinisikan sebagai suatu sifat dalam makanan yang berkaitan dengan daya guna dan keinginan konsumen (Sikorski, 1988). Rasa, bau, warna, tekstur, kelarutan, penyerapan dan penahanan air, kerenyahan, elastisitas, nilai nutrisi dan daya awet merupakan sifat fungsional penting pada ikan olahan.

Pengolahan ikan secara tradisional seringkali dilakukan pada kondisi yang serba sederhana. Hasil penelitian Opstvedt (1988) menunjukkan bahwa proses pengolahan tradisional seperti proses penggaraman dapat mengakibatkan hilangnya protein ikan sebanyak 5%, tergantung pada kadar garam dan lama penggaraman. Proses pemasakan suhu 95-100^{o}C dapat mereduksi kecernaan protein dan asam amino. Selain itu, protein terlarut, peptida dengan berat molekul rendah, dan asam amino bebas dapat larut dalam air perebus, sehingga perebusan sebaiknya dilakukan di bawah 100^{o}C. Senyawa nitrit, yang sering digunakan dalam pengolahan ikan secara tradisional sedapat mungkin dihindari karena nitrit selain bersifat toksik, juga mereduksi kualitas protein. Proses pengeringan secara tradisional dapat mendorong terjadinya oksidasi dan ketengikan pada lemak (Bligh *et al*., 1988), serta menurunkan kualitas nutrisional protein (Raghunath *et al*., 2000) sehingga pengeringan harus dilakukan pada suhu di bawah 70^{o}C. Pengasapan juga harus dilakukan pada waktu dan kepekatan asap serendah mungkin, karena asap mengandung senyawa-senyawa karbonil yang akan bereaksi dengan lisin dan mereduksi kualitas protein. Burt (1988) menyatakan bahwa beberapa jenis vitamin yang terdapat dalam ikan akan mengalami kerusakan sebagai akibat proses pegeringan atau pengasapan, tergantung waktu, suhu, pH dan terjadinya penirisan. Pengasapan panas di atas 80^{o}C dapat menyebabkan hilangnya vitamin yang larut dalam air seperti niasin, riboflavin, dan asam askorbat hingga 4% (Bhuiyan *et al*., 1993). Pemanasan yang berlebihan (diatas 90^{o}C secara berulang-ulang) dapat menyebabkan pembentukan H_2S yang merusak aroma dan mereduksi ketersediaan sistein dalam produk (Pan, 1988).

Teknologi Proses Pengolahan Ikan Secara Modern

Pengolahan ikan secara modern dicirikan dengan penggunaan alat berteknologi tinggi yang identik pula dengan investasi modal yang cukup besar. Termasuk di antara pengolahan ikan modern adalah pengolahan dengan cara pembekuan, pengalengan, pengeringan non matahari dan radiasi. Tidak jauh berbeda dengan pengolahan ikan secara tradisional, kesegaran bahan baku sangat penting dalam industri perikanan. Karena produk yang baik hanya bisa dihasilkan dari bahan baku ikan yang baik, ditambah dengan pengendalian mutu selama proses pengolahannya.

Untuk mengendalikan mutu produk yang dihasilkan perusahaan diperlukan suatu sistem yang dapat mengendalikan seluruh aktifitas yang mempengaruhi mutu produk. Khusus untuk produk perikanan lahirnya konsep HACCP mendorong negara-negara maju menerapkan sistem pengawasan mutu ini kepada produsen sebagai jaminan mutu produknya (Wulandari *et al*., 2009).

Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) adalah suatu sistem yang digunakan untuk mengidentifikasi bahaya dan menetapkan tindakan pengendaliannya yang memfokuskan pada pencegahan dari pada mengandalkan sebagian besar pengujian mutu produk akhir. HACCP dapat diterapkan pada seluruh rantai pangan dari produk primer sampai pada konsumsi akhir dan penerapannya harus disertai dengan bukti secara ilmiah terhadap resiko kesehatan manusia. Penerapan sistem HACCP dilakukan berdasarkan 12 langkah terurut yang di dalamnya terdapat tujuh prinsip dasar HACCP. Berikut ini merupakan 12 langkah penerapan sistem HACCP berdasarkan SNI 01-4852-1998 tentang Sistem Analisis Bahaya dan Pengendalian Titik Kritis (HACCP) serta Pedoman Penerapannya (BSN, 1998):

1) Pembentukan tim HACCP
2) Deskripsi produk
3) Identifikasi rencana penggunaan
4) Penyusunan bagan alir
5) Konfirmasi Bagan Alir di Lapangan

6) Melaksanakan analisis bahaya (Prinsip 1)
7) Menentukan Titik Kendali Kritis (TKK) (Prinsip 2)
8) Menetapkan batas kritis (Prinsip 3)
9) Menetapkan sistem untuk memantau pengendalian TKK (Prinsip 4).
10) Menetapkan tindakan perbaikan untuk dilakukan jika hasil pemantauan menunjukkan bahwa suatu titik kendali kritis tertentu tidak dalam kendali (Prinsip 5).
11) Menetapkan prosedur verifikasi untuk memastikan bahwa sistem HACCP bekerja secara efektif (Prinsip 6).
12) Menetapkan dokumentasi mengenai semua prosedur dan catatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip sistem HACCP dan penerapannya (Prinsip 7).

2.4. Koordinasi Instansi Pemerintah dan Swasta Dalam Pencapaian Sertifikasi

Standarisasi dan sertifikasi produk UKM sangat diperlukan untuk menjamin produk yang dihasilkan memiliki kualitas baik dan berdaya saing. Di Indonesia terdapat beberapa lembaga yang melakukan koordinasi dan berwenang dalam pengembangan standar dan peraturan keamanan produk UKM. Badan Standarisasi Nasional (BSN) adalah lembaga yang berwenang mengkoordinasi sistem standarisasi nasional dengan menetapkan suatu standar yang disebut sebagai Standar Nasional Indonesia (SNI). Sistem standarisasi ini di Indonesia telah diatur di dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standarisasi Nasional. Berbagai lembaga terlibat di dalam proses perumusan dan pengembangan standar. Selain BSN, lembaga yang terlibat dalam pengembangan standarisasi nasional diantaranya instansi teknis, pelaku usaha, masyarakat, lembaga perlindungan konsumen, dan pemerintah daerah.

Instansi teknis yang terlibat dalam pengembangan standarisasi nasional, khususnya di bidang keamanan pangan adalah BPOM RI, Kementerian Kesehatan, Kementerian Pertanian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kehutanan dan Pemerintah Daerah. Hal ini didasarkan pada sistem keamanan pangan di Indonesia yang menganut sistem keamanan pangan

terpadu. Namun demikian keterpaduan tersebut belum menghasilkan kemudahan bagi UKM untuk kepengurusan sertifikat “satu atap”. Bahkan menjadi hambatan yang tidak perlu ketika sertifikasi harus melalui beberapa instansi yang berbeda, yaitu SKP melalui DKP, PIRT melalui DepKes, SIUP dan merk melalui DISPERDAGIN, MD-BPOM melalui BPOM, Halal melalui LPPOM-MUI. Hal demikian kiranya menyulitkan ruang gerak SME, terutama bila berkompetisi dengan UKM di negara ASEAN lain (Sulistyowati *et al*., 2015) .

Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 merupakan induk dan dasar hukum di Indonesia telah memberikan landasan kuat bagi pengaturan pangan. Pengaturan pangan dan keamanan pangan sebagaimana amanah dari UUD 1945 antara lain tersirat dalam Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 33. Pada peraturan di bawahnya telah ditetapkan undang-undang (UU) yang mewarnai sistem pengaturan keamanan pangan dan standarisasi di Indonesia, seperti UU No. 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing The World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), UU No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Beberapa perundangan tersebut melahirkan Peraturan Pemerintah (PP) yang terkait, misalnya PP No. 28 Tahun 2004 tentang Mutu, Keamanan dan Gizi Pangan, PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, dan PP No. 102 Tahun 2000 tentang Standarisasi Nasional. Di dalam PP No. 28/2004 dan PP No. 102/2000 dijelaskan bahwa keamanan pangan dan standarisasi nasional merupakan tanggung jawab dan tugas berbagai lembaga pemerintah.

2.5. Kompetensi Sumberdaya Manusia dari UKM

Peran sumber daya manusia (SDM) dalam perkembangan usaha kecil dan menegah (UKM) diwujudkan dari sudut pandang yang melihat bahwa organisasi jenis apapun akan mengalami kegagalan atau keberhasilan didasarkan pada kualitas manajemen sdm yang tersedia bagi mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Singh *et al.,* (2013) bahwa keberhasilan dan masa depan yang sejahtera dari suatu organisasi tergantung pada tingkat ketrampilan, berpengetahuan dan berpengalaman tenaga

kerjanya. Sementara Cunningham *et al.,* (2005) mengungkapkan bahwa kurangnya penekanan pada pembangunan sumber daya manusia di UKM adalah salah satu alasan utama kegagalan bisnis. Ardiana *et al.* (2010) menjelaskan bahwa kompetensi SDM yang terdiri dari pengetahuan (*knowledge*), ketrampilan (*skill*) dan kemampuan (*ability*) mempunyai pengaruh yang signifikan pada kinerja UKM.

Kelemahan UKM pengolahan hasil perikanan terkait dengan rendahnya kualitas SDM. Adapun cara meningkatkan kualitas SDM UKM di Indonesia dengan cara mengembangkan kompetensinya. Cara mengembangkan kompetensi didapat dengan mengetahui bagaimana profil kompetensi SDM UKM di Indonesia dan bagaimana pengaruh kompetensi tersebut terhadap kinerja UKM (Ardiana *et al.,* 2010).

Moorthy *et al*. (2012) dalam penelitiannya terhadap 7443 UMKM di Malaysia menyatakan bahwa variabel *effective entrepreneurship,* manajemen sdm, informasi pemasaran dan aplikasi tehnologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM. Di negara itu pengelola UMKM yang berusia 26-35 tahun sejumlah 17,7% sedangkan usia 36–45 tahun sejumlah 40,7% dan sejumlah 40,2% berumur di atas 46 tahun. Jenjang pendidikan Diploma sebanyak 44,5%, dan Strata 1 sebanyak 50,7%.

2.6. Regulasi UKM Berdaya Saing

Pengembangan UKM di Indonesia selama ini dilakukan oleh Kantor Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kementerian Negara KUKM) dan instansi lain seperti Kementrian Perdagangan dan Perindustrian, Kementrian Keuangan, dan Bank Indonesia juga melaksanakan fungsi pengembangan UKM sesuai dengan wewenang masing-masing. Kemendagin melaksanakan fungsi pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) dengan menyusun Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah. Demikian juga Kemenkeu melalui SK Menteri Keuangan (Menkeu) mewajibkan BUMN untuk menyisihkan 1-5% laba perusahaan bagi pembinaan usaha kecil dan koperasi (PUKK) (Adiningsih, 2000).

Peran dari pemerintah dalam menghadapi MEA adalah menempatkan UKM dalam posisi yang ideal, yaitu sebagai ujung tombak perekonomian nasional. Reposisi kedudukan UKM tersebut dapat ditumbuhkan melalui perkuatan kondisi internal dan penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi UKM dan koperasi. Sedangkan keberhasilan peran pemerintah akan diindikasikan dari pengembangan produktivitas dan efisiensi yang berdampak peningkatan daya saing UKM, baik di pasar lokal maupun di pasar internasional. Peningkatan daya saing secara langsung akan memperbaiki kondisi kesejahteraan UKM, serta meningkatkan sumbangan UKM terhadap pendapatan negara. Aplikasi dari keinginan tersebut secara konkrit adalah dengan melakukan reformasi peraturan perundang-undangan yang mengatur peran UKM dalam rangka revitalisasi. Beberapa aspek penting yang harus diperhatikan adalah: (1) pemberian kesempatan usaha yang lebih besar kepada UKM; (2) peningkatan kualitas SDM UKM dan Koperasi; serta (3) perkuatan di bidang permodalan, teknologi dan informasi. Dari berbagai masalah tersebut di atas maka Pemerintah mengeluarkan kebijakan yang secara lebih spesifik, yaitu:

(1) Menyediakan prasarana yang mampu membuka dan memanfaatkan peluang usaha bagi bagi UKM;

(2) Mendorong perkembangan permodalan UKM;

(3) Mengembangkan teknologi produksi dan informasi di kalangan UKM;

(4) Meningkatkan akses UKM terhadap pasar.

Selain itu untuk mengawasi pelaksanaan MEA pemerintah dan negara-negara anggota ASEAN perlu membentuk tim khusus yang akan memberi masukan tentang manfaat dan dampak dari implementasi MEA (Dulman, 2011).

Undang-Undang atau peraturan-peraturan yang telah dikeluarkan Pemerintah dalam upaya pemberdayaan UKM seperti UU No 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Kemudian, dikeluarkan PP No 44 tahun 1997 tentang kemitraaan di mana PP ini menjelaskan bahwa kemitraan dilakukan untuk lebih mempercepat perwujudan perekonomian nasional yang mandiri dan andal sebagai usaha bersama atau asas

kekeluargaan sehingga diperlukan upaya-upaya yang lebih nyata untuk menciptakan iklim usaha yang mampu merangsang terselenggaranya kemitraan usaha yang kokoh diantara semua pelaku kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Sesudah itu, dikeluarkan pula Keppres dan Peraturan Menteri seperti Keppres No 127 tahun 2001 tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan terbuka pula bagi usaha menengah dan/atau usaha besar dengan syarat kemitraan. Berikutnya dikeluarkan Keppres No 56 tahun 2002 tentang restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah di mana dalam Keppres ini bidang/jenis usaha yang mencakup 9 sektor, dan termasuk salah satunya adalah sektor kelautan. Keppres No 56 tahun 2002 tentang restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) di mana restrukturisasi kredit adalah upaya yang dilakukan Bank dan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) terhadap kredit UKM agar debitor UKM dapat memenuhi kewajibannya. Terakhir, adalah Permeneg BUMN per 05/Mbu/ 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (BL) di mana usaha ini adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Kemudian, dikeluarkan pula Peraturan Pemerintah (PP) No 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil di mana Pembinaan dan Pengembangan usaha kecil meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM dan teknologi.

Dukungan perjanjian pasar bebas ASEAN untuk UKM

MEA (Masyarakat Eekonomi ASEAN) yang mulai diterapkan pada akhir 2015 membawa angin segar bagi pelaku UKM di dalam negeri, karena MEA memberikan kesempatan untuk memasuki pasar baru, dan memberikan tantangan bagi produk UKM dalam negeri untuk memperbaiki kualitas mutu produk untuk bersaing di pasar dunia. Di Indonesia jumlah pelaku UKM sekitar 57 juta dan 200 ribu koperasi yang memainkan peran penting memberikan konstribusi di sektor ekonomi seperti penyediaan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan dan memicu pertumbuhan ekonomi.

Kerjasama ASEAN di sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) telah dirintis sejak tahun 1995, yang ditandai dengan dibentuknya Kelompok Kerja Badan-Badan UKM ASEAN *(*ASEAN *Working Group on Small and Medium-size Enterprises Agencies)*. Dalam pertemuan pertamanya di Jakarta tanggal 24 April 1995 telah disahkan Rencana Aksi ASEAN bagi pengembangan UKM. Pertemuan ini juga menyepakati bahwa pada tahap awal kerjasama ASEAN di bidang UKM akan terfokus pada sektor manufaktur.

Sidang ASEAN *Economic Minister Meeting* (AEM) ke-31 di Singapura tanggal 27 September - 2 Oktober 1999 telah menyepakati kerangka kerjasama yang melibatkan UKM dalam ASEAN *Industrial Cooperation* (AICO). Kerangka kerjasama ini didasari oleh pemahaman bahwa UKM sebagian besar melaksanakan fungsinya sebagai industri pendukung bagi perusahaan-perusahaan besar, disamping untuk memberikan kesempatan kepada UKM untuk berpartisipasi secara langsung dalam perdagangan intra ASEAN.

ASEAN *Policy Blueprint for* SMEs *Development* (APBSD) 2004 - 2014 telah disahkan pada Sidang AEM ke-36 di Jakarta, 3 September 2004. *Policy blueprint* tersebut bertujuan untuk menjamin adanya transformasi UKM ASEAN yang memiliki daya saing, dinamis, inovatif dalam rangka menuju integrasi ekonomi ASEAN. Tujuan-tujuan tersebut telah dituangkan dalam aktivitas-aktivitas *ASEAN Small and Medium Enterprise Agencies Working Group (SMEWG)* guna merealisasikan tujuan yang hendak dicapai dalam APBSD. Pada pertemuan SMEWG ke-22 di Singapura, 27-28 Mei 2008, telah dibahas beberapa hal yang mencakup: pembentukan *common curriculum for entrepreneurship in ASEAN* oleh Indonesia dan Singapura, rencana penyusunan *ASEAN SME White Paper*, implementasi *SME Section* dalam *AEC Blueprint*. Dan kerjasama dengan mitra wicara.

Dalam perkembangannya, kerjasama ASEAN di sektor UKM lebih difokuskan pada tindak lanjut proyek-proyek peningkatan kapasitas dan daya saing UKM di bawah payung *Vientiane Action Plan* dan ASEAN *Policy Blueprint for* SMEs *Development* (APBSD) 2004-2014; kerjasama dengan negara-negara Mitra Wicara; serta hal-hal

berkaitan dengan prospek pengembangan UKM di tengah kemajuan kerjasama ekonomi ASEAN.

Dukungan Regulasi Pemerintah untuk Diplomasi Pengembangan UKM

Mekanisme dukungan pemerintah dalam pengembangan UKM, sehingga mempunyai diplomasi yang kuat di pasar regional ASEAN, antara lain sebagai berikut:

1) Pemerintah mendorong penyelarasan dari banyaknya upaya yang tersebar dalam mendukung UKM. Kementerian Koperasi dan UKM dapat memainkan peran penting dalam mengkoordinir upaya ini, antara lain:
   - Melakukan inventarisasi dari apa yang telah dilakukan oleh pemerintah di tingkat nasional, propinsi dan lokal; apa yang telah dilakukan oleh perusahaan besar, BUMN, lembaga swadaya masyarakat dan komunitas dalam mendukung UKM;
   - Melakukan inventarisasi dari kebijakan dan regulasi pemerintah dalam menciptakan suasana yang kondusif bagi pengembangan UKM;
   - Merevitalisasi struktur dan inisiatif pemerintah yang sebelumnya pernah dibangun untuk mendukung UKM;
   - Melakukan inventarisasi dari upaya perusahaan besar/BUMN dalam mengembangkan UKM sejak diberlakukannya PP sejak tahun 1996;
   - Mendorong revitalisasi dan mengembangkan program CSR yang berkesinambungan dan strategis dengan memberikan akses manajemen, teknologi, keuangan dan pasar bagi UKM.
   - Membuat inventarisasi dari inisiatif LSM dan komunitas dalam mendukung UKM, misalnya PEKKA, PPSW, GEMA PKM dalam bidang keuangan mikro; bisnis UKM.com untuk peningkatan kapasitas UKM;
   - Melakukan kalibrasi dan perbandingan antara kebijakan dan regulasi pemerintah Indonesia dibandingkan dengan negara maju (misalnya Australia dan Inggris), dan negara ASEAN lainnya (Schaper *et al.,* 2013)

- Menggunakan pendekatan modal sosial untuk pengembangan kapasitas UKM. Pemerintah bisa menjembatani upaya ini dengan menjadi poros yang memfasilitasi berbagai inisiatif yang telah dilakukan oleh berbagai pemangku kepentingan.

2) Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) harus diintegrasikan dengan keseluruhan strategi pemerintah dalam mengembangkan UKM. Dalam organisasi PTSP saat ini, apakah dimungkinkan adanya portal tunggal untuk mendukung UKM. (Hamburger, 2014).

- Membuat inventarisasi dari semua regulasi yang berhubungan dengan bisnis, baik ditingkat nasional, propinsi maupun lokal di Indonesia, tidak hanya menyangkut masalah lisensi, termasuk juga kode praktek.
- Mengevaluasi status dari pelaksanaan PTSP di Indonesia, khususnya sejauh mana PTSP telah membuat regulasi menjadi selaras. PTSP bukan sekedar memberikan pelayanan kepada public untuk memproses lisensi secara cepat, tetapi yang lebih penting adalah lisensi diberikan kepada perusahaan yang dapat memenuhi kepatuhan praktek kerja (khususnya untuk perusahaan besar dan menengah).
- Membangun visi yang jelas tentang kesinambungan PTSP: perbaikan kepemimpinan, budaya, organisasi, pembelajaran dan mekanisme inovasi, komunikasi/interaksi dengan pemangku kepentingan, siklus PDCA (merencanakan, menjalankan, mengevaluasi dan memodifikasi PTSP.
- Mengembangkan rencana jangka panjang yang realistis (setidaknya 10 tahun) dengan target pencapaian secara berkala: bulanan, kwartalan dan tahunan.
- Berdasarkah butir a sampai d, merevitalisasi inisiatif PTSP tingkat nasional, provinsi dan lokal. Dalam hal ini Kementerian Koperasi dan UMKM mempunyai potensi untuk menjadi institusi yang melakukan koordinasi (Sutiyono, 2014).

2.7. Sertifikasi UKM Untuk Pemenuhan *Market Requirements*

Data Badan Pusat Statistik tahun 2006-2010 menunjukkan UKM mengalami peningkatan yang sangat pesat karena berhasil menyumbangkan 57% dari pendapatan domestik bruto (PDB) dan mampu menyediakan lapangan kerja sebesar 99,04%. Salah satu UKM yang mengalami peningkatan signifikan pemasaran adalah UKM sektor makanan olahan sebesar 12,76% (Sastrosoenarto, 2006). Pelaku UKM berkeinginan untuk memperluas pemasaran ke pasar *modern* termasuk pasar regional ASEAN, namun terdapat persyaratan produk yang harus dipenuhi UKM untuk memasuki pasar *modern* seperti sertifikat CPPB-IRT (Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga), Halal, dan sertifikat pangan BPOM yang menjadi dasar persyaratan produk lolos masuk ke pasar *modern* (www.pom.go.id/public/hukum _perundangan/pdf/CPPB-IRT, 2014).

CPPB-IRT (Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga)

CPPB-IRT merupakan pedoman yang berisi persyaratan pada setiap ruang lingkup atau aspek yang wajib dipenuhi oleh produsen pangan olahan industri rumah tangga untuk menghasilkan produk olahan pangan yang bermutu, berkualitas, aman, dan layak dikonsumsi, pedoman ini diadopsi pemerintah Indonesia dari prosedur GMP (Good Manufacturing Practices). Melalui CPPB-IRT akan dapat menimbulkan kepercayaan bagi masyarakat terhadap produk hasil olahan industri pangan baik dalam skala kecil hingga besar. Ruang lingkup yang terdapat pada kriteria CPPB-IRT sebagai berikut: (1) lokasi dan lingkungan produksi; (2) bangunan dan fasilitas; (3) peralatan produksi; (4) suplai air atau sarana penyediaan air; (5) fasilitas dan kegiatan higiene dan sanitasi; (6) kesehatan dan higiene karyawan; (7) pemeliharaan dan program higiene sanitasi karyawan; (8) penyimpanan; (9) pengendalian proses; (10) pelabelan pangan; (11) pengawasan oleh penanggung jawab; (12) penarikan produk; (13) pencatatan dan dokumentasi; (14) pelatihan karyawan.

Sertifikasi Halal

Halal merupakan produk yang tidak mengandung unsur atau bahan haram yang dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam (Departemen Agama, 2014). Di Indonesia untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal, maka perusahaan perlu memiliki Sertifikat Halal MUI. Sertifikat Halal merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label Halal pada kemasan produk dari Badan POM RI maupun Balai Besar POM di masing-masing provinsi. Sesuai ketentuan MUI, masa berlaku Sertifikat Halal adalah dua tahun. Selama masa tersebut, perusahaan harus dapat memberikan jaminan kepada MUI dan konsumen Muslim bahwa perusahaan senantiasa menjaga konsistensi kehalalan produknya. Perusahaan yang ingin mendaftarkan Sertifikasi Halal, baik industri pengolahan (pangan, obat, kosmetika), RPH (Rumah Potong Hewan), restoran/katering, maupun industri jasa (distributor, *warehouse*, dan pengecer) harus memenuhi persyaratan Sertifikasi Halal yang tertuang dalam panduan HAS 23000:1. Panduan HAS 23000:1 menjelaskan kriteria SJH (Standar Jaminan Halal), yakni perusahaan bebas memilih metode dan pendekatan yang diperlukan dalam menerapkan SJH dengan syarat dapat memenuhi 11 kriteria SJH yang telah ditetapkan oleh lembaga MUI, yaitu: (1) kebijakan Halal; (2) tim manajemen Halal; (3) pelatihan dan edukasi; (4) bahan; (5) produk; (6) fasilitas produksi; (7) prosedur tertulis aktivitas kritis; (8) kemampuan telusur (*traceability*); (9) penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria; (10) audit Internal; (11) kaji ulang manajemen.

Persyaratan Sertifikasi Keamanan Pangan BPOM

Badan POM telah mengeluarkan pedoman cara produksi pangan yang baik industri rumah tangga (CPPB-IRT). Pedoman ini dibuat sebagai acuan bagi pemilik/penanggung jawab UKM produksi makanan untuk menerapkan prinsip-prinsip dasar keamanan pangan dalam produksi makanan mulai dari penerimaan, proses, penyimpanan, pemajangan hingga diterima konsumen untuk dikonsumsi.

Penilaian aspek keamanan pangan dilakukan pada 10 parameter yang terdapat pada Pedoman CPPB-IRT yaitu (1) sumberdaya manusia; (2) rancang bangun dan fasilitas produksi pangan; (3) pembersihan dan sanitasi serta pemeliharaan fasilitas pangan; (4) penerimaan dan pemeriksaan pangan; (5) penyimpanan pangan; (6) penyiapan, pengemasan dan pelabelan produk pangan; (7) penyusunan, pemajangan dan penyerahan pangan pada konsumen; (8) produk kedaluwarsa dan pengaturan rotasi stok pangan; (9) penyimpanan dan penggunaan bahan kimia beracun (zat pembersih dan sanitasi, pestisida) untuk pemeliharaan sarana ritel pangan; serta (10) pencatatan dan dokumentasi (Direktorat Surveilan dan Penyuluhan Keamanan Pangan, 2013).

Standar Nasional Indonesia (SNI)

Standar Nasional Indonesia (SNI) adalah ketentuan teknis berupa aturan, acuan atau kriteria dari sebuah kegiatan atau hasil dari kegiatan tersebut yang diperoleh melalui konsensus untuk kemudian ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional (BSN). Proses konsensus diperlukan agar standar disepakati oleh seluruh pemangku kepentingan. Lebih lanjut, terdapat beberapa kriteria agar penerapan standar memiliki jangkauan yang luas sebagai berikut (BSN, 1998):

(1) SNI harus harmonis dengan standar internasional dan SNI dikembangkan berdasarkan pada kebutuhan nasional, termasuk juga kebutuhan industri.

(2) Pengembangan SNI yang bersifat wajib dalam rangka penerapan regulasi teknis harus didukung oleh infrastruktur yang memadai sehingga dapat melindungi kepentingan, keselamatan, keamanan, kesehatan masyarakat dan pelestarian lingkungan hidup serta pertimbangan ekonomi secara efektif dan efisien.

(3) Kompetensi infrastruktur yang diperlukan dalam rangka mendukung penerapan SNI harus diakui di tingkat nasional, regional, maupun internasional.

Hazard Analysis & Critical Control Points (HACCP)

HACCP merupakan sistem pengawasan mutu untuk menjamin keamanan dan mutu produk perikanan. Penerapan pengawasan ini dimulai dari penangkapan ikan, pengangkutan, pengolahan dan pendistribusian produk ke tempat penjualan atau sampai ke konsumen akhir (Deboyser, 2005 *dalam* Simangunsong, 2006). Penerapan HACCP adalah upaya pencegahan dan pendeteksian berbagai permasalahan yang mungkin terjadi selama proses produksi berlangsung sehingga terbentuk suatu rangkaian pengawasan mutu dan keamanan. Sistem ini bertujuan untuk mengetahui cara mengendalikan risiko bahaya yang mungkin muncul, selanjutnya ditetapkan langkah-langkah pengolahan yang tepat untuk mencegah dan mengendalikan risiko bahaya.

Pada prinsipnya, HACCP merupakan sistem manajemen untuk menghindarkan atau mencegah makanan dari bahaya biologis, kimia, dan fisik. Secara sederhana, sistem ini dapat diterapkan dengan langkah awal mengidentifikasi potensi bahaya dan dilanjutkan dengan tahapan pengendalian agar risiko yang muncul dari bahaya tersebut dapat dihilangkan atau ditekan.

Sertifikasi Sebagai Salah Satu Market Requirements

Bank Sigfried (2011) dari CBI yaitu *Centre fo the Promotion of Imports from Developing Countries*, The Haque, menyebutkan bahwa sertifikasi menjadi *market requirements* mutlak khususnya di era perdagangan global. Negara-negara Uni Eropa bahkan terkenal menerapkan persyaratan sertifikasi tertinggi dibanding wilayah lain di dunia. Produk perikanan yang diekspor ke Uni Eropa tidak hanya mensyaratkan sertifikat HACCP dengan grade A, namun juga telah memiliki EU Number yang hanya bisa didapatkan bila kualitas produk terbukti memenuhi syarat keamanan pangan. Selain itu beberapa pasar retail di Uni Eropa masih meminta sertifikasi pelengkap lain seperti BRC, IFS, ISO 22000, CODEX dan *organic food* bila produk terkait diklaim sebagai produk organik.

Di Indonesia, sertifikat untuk pemenuhan kebutuhan pasar ini dikenal dengan istilah sertifikat layak edar. Berdasarkan definisi menurut Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan, bahwa sertifikasi mutu pangan adalah rangkaian kegiatan penerbitan sertifikat terhadap pangan yang telah memenuhi persyaratan atau standar yang ditetapkan. Sedangkan standar didefinisikan sebagai spesifikasi atau persyaratan teknis yang dibakukan,termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsesus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya. Kemudian sertifikat mutu pangan didefinisikan sebagai jaminan tertulis yang diberikan oleh lembaga sertifikasi/laboratorium yang telah diakreditasi yang menyatakan bahwa pangan tersebut telah memenuhi kriteria tertentu dalam standar mutu pangan yang bersangkutan. Untuk itu setidaknya dikenal sertifikat yang bersifat mandatory (seperti: PIRT, MD-BPOM, SKP, HACCP) yang harus dipenuhi oleh UKM untuk produknya bisa masuk pasar, dan sertifikat yang bersifat voluntary (seperti: ISO 22000, SNI, Halal, Organik) sebagai pilihan bagi UKM untuk menunjukkan bahwa produknya jauh lebih baik dari standar yang ada (Sulistyowati, dkk, 2014).

2.8. Daya Saing Produk UKM PHP di Pasar Regional ASEAN

2.8.1. Daya Saing Produk UKM

Daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai *output* yang dihasilkan oleh tenaga kerja (Porter, 1990). Daya saing merupakan konsep yang merujuk pada kemampuan suatu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menciptakan nilai. Tidak ada satu indikator pun yang bisa digunakan untuk mengukur daya saing yang memang sangat sulit untuk diukur (Markovics, 2005). Pengertian daya saing lain dikemukakan oleh Koneman (2006) *dalam* Meliala *et al.* (2014) sebagai

kapasitas bangsa untuk menghadapi tantangan persaingan pasar internasional dan tetap menjaga atau meningkatkan pendapatan riilnya. Sedang *European Commission* pada tahun 1999 merumuskan daya saing sebagai kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal.

Daya saing dapat diciptakan dan ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi diartikan sebagai ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.

Lebih jauh Meliala *et al.* (2014) menyatakan bahwa peningkatan strategi dan daya saing produk UKM untuk bisa memenangkan persaingan antara lain dengan meningkatkan kemampuan, menjaga konsistensi kualitas produk, packaging yang menarik, berani bersaing dari segi harga dan mampu menjaga loyalitas konsumen. Sedangkan Tambunan (2008) menyebutkan bahwa UMKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh: (1) kecenderungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume produksi, (2) pangsa pasar domestik dan atau pasar ekspor yang selalu meningkat, (3) untuk pasar domestik, tidak hanya melayani pasar lokal saja tetapi juga nasional, dan (4) untuk pasar ekspor, tidak hanya melayani di satu negara tetapi juga banyak negara. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing sebuah produk diantaranya adalah: (1) pangsa ekspor per tahun (% dari jumlah ekspor), (2) pangsa pasar luar negeri per tahun (%), (3) laju pertumbuhan ekspor per tahun (%), (4) pangsa pasar dalam negeri per tahun (%), (5) laju pertumbuhan produksi per tahun

(%), (6) nilai atau harga produk, (7) diversifikasi pasar domestik, (8) diversifikasi pasar ekspor, dan (9) kepuasan konsumen.

Menurut *World Economic Forum* (WEF) peringkat daya saing global Indonesia tahun 2008-2009 adalah 55 dari 134 negara yang disurvei. Survei peringkat daya saing global ini dilakukan tiap tahun. Pada tahun 2007-2008 peringkat Indonesia adalah 54. Selanjutnya untuk tahun 2010-2011 peringkat Indonesia mengalami kenaikan menjadi 44. Di tingkat ASEAN, peringkat Indonesia lebih baik dibanding peringkat Vietnam (59), Filipina (85), dan Kamboja (109). Namun, Indonesia berada di bawah Singapura (3), Malaysia (26), Brunei (28), dan Thailand (38).

Susilo (2010) menjelaskan bahwa agar daya saing UMKM dapat meningkat maka kunci utamanya adalah pengusaha atau pemilik UMKM mempunyai jiwa kewirausahaan dan inovasi, dan harus mampu menjadi motor penggerak untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Hal lain yang harus menjadi prioritas UMKM adalah meningkatkan kerjasama antar unit UMKM atau antar sentra UMKM dan juga meningkatkan jaringan kerjasama dengan *stakeholders*.

Sementara Nurzamzami dan Siregar (2014), memperjelas tentang faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan daya saing UMKM antara lain sumberdaya manusia, sumberdaya alam dan lingkungan, teknologi, preferensi konsumen, dan tingkat persaingan masing-masing produk di pasaran. Rumusan strategi yang diberikan agar dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah mengadakan pelatihan motivasi, kewirausahaan, dan peningkatan kinerja manajemen mutu untuk karyawan, memperluas pangsa pasar di Indonesia dengan memanfaatkan media promosi, mengembangkan dan memperluas pasar baru dengan meningkatkan kualitas dan inovasi produk, fokus pada peningkatan kualitas bahan baku dan peningkatan kuantitas produk, membangun kerja sama dengan berbagai mitra usaha untuk menjaga kualitas dan memunculkan ciri produk untuk mengantisipasi persaingan usaha.

Rancangan kebijakan daya saing menurut Ditjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (2014) Kementrian Kelautan & Perikanan adalah meningkatkan efisiensi

usaha, nilai tambah dan memperkuat konektivitas hulu-hilir hasil perikanan. Bentuk kegiatannya adalah penguatan pasar dalam negeri, peningkatan akses pasar luar negeri dan peningkatan nilai tambah dan pengembangan produk perikanan. Beberapa upaya tindak lanjut nyata dari kebijakan tersebut antara lain: (1) pemenuhan persyaratan pasar dan preferensi konsumen; (2) peningkatan promosi dan kerja sama/kemitraan; (3) diversifikasi pasar; (4) penguatan *market intelegence;* (5) pengembangan inovasi dan ragam produk pangan dan non pangan hasil kelautan dan perikanan; (7) peningkatan peran laboratorium sertifikasi produk; (8) peningkatan kualitas kemasan dan pelabelan; (9) penguatan *branding product*; (10) penguatan sistem informasi pasar; (11) pengembangan dan penerapan standar.

2.8.2. Perdagangan Bebas Regional ASEAN

ASEAN (*Association of South East Asian Nations)* dibentuk pada tahun 1967 oleh 6 anggota yang juga sebagai pemrakarsa berdirinya AFTA (*ASEAN Free Trade Area)* yaitu Brunei, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand. Kemudian Vietnam bergabung pada tahun 1995 dan diikuti oleh Laos, Myanmar, dan Kamboja. Namun demikian karena hampir semua negara anggota ASEAN membuat produk yang relatif sama, maka terjadi persaingan ketat sehingga keberadaan ASEAN tidak terlalu signifikan bagi peningkatan volume perdagangan di dalam ASEAN (Tambunan, 2012). Oleh karena itu dibentuk AFTA yang disepakati dalam Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN ke-4 di Singapura pada tahun 1992 dengan tujuan menciptakan pasar bersama.

Dalam deklarasi tersebut terdapat 2 dokumen penting dalam bidang ekonomi. (1) kerangka persetujuan peningkatan kerja sama ekonomi ASEAN; (2) persetujuan dasar tentang tarif preferensi efektif bersama (CEPT) yang merupakan kesepakatan ASEAN untuk mewujudkan AFTA melalui proses penurunan tarif secara bertahap sesuai skema CEPT sebagai mekanisme utamanya. Menurut kesepakatan awal, AFTA akan dicapai dalam jangka waktu 15 tahun sejak 1 Januari 2003 dan

berlaku penuh pada tahun 2008. Sasaran penurunan tarif impor sampai mencapai 0% hingga 5%, namun akhirnya disepakati dipercepat menjadi tahun 2003 (Tambunan, 2004). Dalam implementasinya terbatas pada jenis komoditas yang dikehendaki oleh masing-masing Negara. Jika suatu komoditas atau industri domestik dianggap belum siap, maka Negara anggota AFTA dapat menunda pengurangan tarif terhadap komoditas tersebut. Terkait dengan hal tersebut dapat dilakukan melalui 3 pilihan yaitu: (1) tidak mengikutsertakan untuk sementara, (2) masuk dalam daftar komoditas-komoditas pertanian sensitif, atau (3) pengecualian secara umum. Pada awalnya disepakati untuk memasukkan 15 kategori produk dalam skema CEPT tersebut (Amir, 2000). Komoditas tersebut mencakup kelompok minyak nabati, semen, produk kimia, produk farmasi, pupuk, produk plastik, produk karet, produk kulit, pulp, tekstil, keramik dan produk kaca, barang perhiasan, kawat las dari tembaga, elektronika, serta mebel kayu dan rotan.

Dalam perjalanan waktu, program AFTA tidak lagi hanya melakukan pengurangan tarif impor, namun juga mengurangi segala macam hambatan non tarif, menyeragamkan sistem kepabeanan, penilaian dan prosedur, dan bersama-sama membangun produk yang bersertifikasi. Bahkan negara anggota ASEAN juga membuat suatu kesepakatan bersama untuk meliberalisasi perdagangan jasa (Alijoyo *et al.,* 2003). Selanjutnya AFTA diperluas dengan membuka kesepakatan dengan China dan kemudian lahirlah CAFTA. Negara-negara anggota AFTA membuat kesepakatan dengan China untuk membuat skema penurunan tarif secara bertahap, sehingga hambatan perdagangan barang dan jasa serta arus investasi menjadi minimal. Salah satu konsekuensinya adalah produk-produk China relatif mudah masuk ke pasar negara-negara AFTA dan sebaliknya.

Selanjutnya pada tahun 2007 seluruh anggota ASEAN sepakat untuk segera mewujudkan integrasi yang lebih nyata dan *meaningful* melalui Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau *ASEAN Economic Community* (AEC). Tujuan MEA adalah (KEMENDAGIN- RI, 2010): (1) menjaga stabilitas politik dan keamanan regional

ASEAN, (2) meningkatkan daya saing kawasan secara keseluruhan di pasar dunia, (3) mendorong pertumbuhan ekonomi, dan (4) mengurangi kemiskinan dan meningkatkan standar hidup penduduk negara ASEAN. MEA adalah bentuk integrasi ekonomi ASEAN yang akan dicapai pada tahun 2015. Untuk mewujudkan MEA tersebut telah disepakati *AEC Blue print* sebagai acuan seluruh anggota dalam mengimplementasikan komitmen MEA. Pada tahun 2015 jika MEA terwujud maka ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana arus barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN.

Dalam persiapan menghadapi MEA Pemerintah telah menerbitkan INPRES No. 6 Tahun 2014 dan KEPMEN Kelautan & Perikanan No. 51A/KEPMEN-KP/2014 dimana kegiatan akan difokuskan pada penguatan kelembagaan dan posisi kelautan dan perikanan, peningkatan daya saing, penguatan pemasaran dalam negeri, pengembangan pasar luar negeri. Indonesia sebagai produsen ikan terbesar di ASEAN akan memainkan peranan penting di perdagangan perikanan ASEAN (Sulistyowati *et al.*, 2018).

Banyak kajian literatur skeptis dengan peran Indonesia dalam perdagangan regional ACFTA dan AFTA. Tabel 2.3. menggambarkan beberapa faktor bisnis yang mempengaruhi daya saing produk. Sedang Tabel 2.4. menggambarkan kendala UKM di negara ASEAN dalam era bisnis global.

Tabel 2.2. Skor Faktor Bisnis Yang Mempengaruhi Daya Saing

No	Faktor Bisnis	Skor
1	Korupsi	15,4
2	Birokrasi pemerintah yang tidak efisien	14,3
3	Infrastruktur yang tidak memadai	9,5
4	Ketidakstabilan politik	7,4
5	Akses pada pembiayaan	7,2
6	Tenaga kerja terdidik yang memadai	6,3
7	Etika kerja yang buruk	6,2
8	Ketidakstabilan pemerintah	6,1
9	Inflasi	6,1
10	Peraturan pajak	6,0
11	Tingkat pajak	4,2
12	Peraturan buruh yang membatasi	3,6
13	Kriminalitas dan pencurian	2,7
14	Kesehatan umum yang buruk	2,5

15	Peraturan mata uang asing	2,3

Sumber: World Economic Forum (WEF) (2011)

Tabel 2.3. Kendala UKM di ASEAN Dalam Era Bisnis Global (Tambunan, 2008)

Country	Main Constraints										
	Raw materials	Marketing	Capital	Energy	Information	Technology & skill	Infrastructure	Tax	Inflation	Market distortions	Labour issues***
Indonesia	√	√	√	√	√						
Philippines		√	√			√					
Viet Nam			√			√	√			√	
Cambodia			√	√		√				√	
Lao PDR	√		√					√	√		
Thailand	√	√	√		√	√					
Malaysia	√		√		√	√					
Brunei		√	√			√					
China		√	√			√	√				
India		√	√				√			√	
Pakistan		√	√							√	√
Bangladesh			√	√		√				√	
Nepal		√	√			√				√	

2.9. Kebijakan dan Peraturan Pemerintah Untuk Produk Perikanan Bersertifikat

Di Indonesia sertifikasi pangan diatur dalam UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang merupakan pengganti UU Nomor 7 Tahun 1996. Disebutkan dalam Bab VI: Konsumsi Pangan dan Gizi ; Bagian ketiga: Perbaikan Gizi ; pasal 64, sebagai berikut:

1) Setiap Orang yang melakukan Produksi Pangan Olahan tertentu untuk diperdagangkan wajib menerapkan tata cara pengolahan Pangan yang dapat menghambat proses penurunan atau kehilangan kandungan Gizi bahan baku Pangan yang digunakan.
2) Penerapan tata cara pengolahan Pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan secarabertahap berdasarkan jenis Pangan serta jenis dan skala usaha Produksi Pangan

Dan pasal 65 sebagai berikut:

1) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64 ayat (1) dikenai sanksi administratif.
2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa:
   a. Denda;
   b. Penghentian sementara dari kegiatan, produksi, dan/atau peredaran;
   c. Penarikan Pangan dari peredaran oleh produsen;
   d. Ganti rugi; dan/atau
   e. Pencabutan izin.
3) Ketentuan lebih lanjut mengenai jenis, besaran denda, tata cara, dan mekanisme pengenaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Tata cara pengolahan pangan dimaksud telah dituangkan dalam beberapa manual seperti yang terkait dengan perikanan adalah Cara Produksi Makanan yang Baik (CPMB), Cara Budidaya yang Baik (CPBB), dan Cara Distribusi Makanan yang Baik (CDMB), dimana manual-manual tersebut dikembangkan dari aturan internasional *Good Manufacturing Practices* (GMP), *Good Aquaculture Practices* (GAP), dan *Good Distribution Practices* (GDP) yang diterbitkan oleh *World Trade Organization* di bawah PBB (WTO-UN). Manual tersebut menjadi dasar penilaian pemeriksa di dalam melakukan audit untuk menerbitkan sertifikasi pangan, seperti SKP, MD-BPOM, dan HACCP.

Adapun nomor ijin edar harus dicantumkan pada label kemasan, seperti diatur dalam UU ini pasal 97 ayat (3), bahwa pencantuman label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai:

a. Nama produk;
b. Daftar bahan yang digunakan;
c. Berat bersih atau isi bersih;
d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
e. Halal bagi yang dipersyaratkan;
f. Tanggal dan kode produksi;
g. Tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa;
h. Nomor izin edar bagi Pangan Olahan; dan
i. Asal usul bahan Pangan tertentu.

Dilanjutkan pada ayat (4) bahwa keterangan pada label sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditulis, dicetak, atau ditampilkan secara tegas dan jelas sehingga mudah dimengerti oleh masyarakat.

Sertifikasi mutu pangan kemudian dijabarkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan; BAB III: Mutu Dan Gizi Pangan ; Bagian Pertama: Mutu Pangan ; pasal 29, sebagai berikut:

Kepala badan yang bertanggung jawab di bidang standardisasi nasional menetapkan standar mutu pangan yang dinyatakan sebagai Standar Nasional Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dan pasal 30, sebagai berikut:

- Standar Nasional Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29dapat diberlakukan secara wajib dengan mempertimbangkan keselamatan, keamanan,

kesehatan masyarakat atau pelestarian lingkungan hidup dan/atau pertimbangan ekonomis harus memenuhi standar mutu tertentu.

- Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia secara wajib sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Menteri yang bertanggung jawab di bidang perindustrian, pertanian, perikanan, atau Kepala Badan sesuai dengan bidang tugas dan kewenangan masing-masing berkoordinasi dengan Kepala badan yang bertanggung jawab di bidang standardisasi nasional.
- Hal-hal yang berkaitan dengan penerapan dan penilaian kesesuaian terhadap Standar Nasional Indonesia yang diberlakukan secara wajib sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- Setiap orang yang memproduksi atau mengedarkan jenis pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi Standar Nasional Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dan Bagian Kedua: Sertifikasi Mutu Pangan, Pasal 32, sebagai berikut:

(1) Sertifikasi dan penandaan yang menyatakan kesesuaian pangan terhadap Standar Nasional Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan yang berlaku.
(2) Menteri yang bertanggung jawab di bidang pertanian, perikanan, atau Kepala Badan sesuai bidang tugas dan kewenangan masing-masing menetapkan persyaratan dan tata cara sertifikasi mutu pangan yang mempunyai tingkat risiko keamanan pangan yang tinggi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31.
(3) Sertifikasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terhadap Standar Nasional Indonesia yang diberlakukan wajib atau terhadap persyaratan ketentuan mutu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 merupakan bagian dari pengawasan pangan sebelum diedarkan.

Pada kenyataannya hingga sekarang ini sertifikasi SNI masih menjadi sertifikat yang bersifat *voluntary* di samping sertifikat layak edar MD - BPOM atau PIRT yang menjadi kewajiban produsen. Juga hasil *survey* Sulistyowati *et al.* (2014) menunjukkan bahwa UKM harus berurusan dengan beberapa lembaga untuk mendapatkan dokumen dan sertifikat yang dibutuhkan sebelum produk beredar, yaitu:

1) Dinas Kesehatan Kota / Kabupaten, untuk mendapatkan PIRT
2) Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk mendapatkan MD
3) LP-POM Majelis Ulama Indonesia, untuk mendapatkan sertifikat Halal
4) Diskanla Propinsi, untuk mendapatkan sertifikat SKP yang nantinya sebagai syarat permohonan sertifikat HACCP - KKP
5) DISPERDAGIN Kota / Kabupaten untuk mendapatkan SIUP, TDP, dan daftar merk. SIUP menjadi syarat utama pengajuan sertifikat yang lain.

Sehingga walaupun standarisasi dan sertifikasi produk menjadi panduan yang baik bagi UMKM, namun sekaligus menjadi penghalang besar untuk berproduksi dan memasarkan hasil produksi. Banyak kesulitan untuk mengikuti dan memenuhi panduan tersebut yang antara lain terbentur pada besarnya modal yang dibutuhkan, kualitas sumberdaya manusia, dan ketersediaan bahan baku. Kenyataannya mereka tetap bisa menemukan pasarnya sendiri ketika berproduksi "apa adanya". UMKM jenis ini harus tetap berproduksi untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya, sementara konsumen yang mereka dapatkan pun yang memiliki daya beli rendah sehingga produk berkualitas rendah pula yang dapat mereka beli/konsumsi. Bahaya yang bisa ditimbulkan dari fenomena ini antara lain merebaknya makanan tidak sehat karena penggunaan bahan berbahaya (bahan baku tidak sehat, bahan kimia bukan *food grade*).

Hal demikian nampaknya sudah menjadi pertimbangan Pemerintah, seperti tertuang dalam Lampiran Perpres No. 5/2010 tentang RPJMN 2010-2014, pada buku II Bab III yang disitir oleh Wiryanto (2012) bahwa permasalahan UMKM yang dirumuskan antara lain adalah permasalahan belum kondusifnya iklim usaha, dimana koperasi dan UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan yang mendasar dalam menjalankan usahanya, termasuk tantangan untuk berkompetensi dan berkompetisi dalam persaingan pasar global yang cukup berat. Belum kondusifnya iklim usaha ditengarai sebagai akibat: (1) belum efektifnya koordinasi dan sinkronisasi program dan kegiatan pemberdayaan koperasi dan UMKM yang direncanakan dan diimplementasikan oleh berbagai kementerian dan lembaga; (2) adanya prosedur dan administrasi berbiaya tinggi; (3) keterbatasan dukungan sarana dan prasarana untuk pemberdayaan koperasi dan UMKM; serta (4) kurangnya partisipasi seluruh pemangku kepentingan termasuk pemerintah, organisasi non pemerintah, dan masyarakat dalam pemberdayaan koperasi dan UMKM.

2.10. Analisa Usaha Jangka Pendek dan Jangka Panjang

Analisa Usaha Jangka Pendek

A. *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (BEP) adalah suatu keadaan dimana perusahaan dalam operasinya tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total biaya sama dengan total penjualan sehingga tidak ada laba dan tidak ada rugi. Menurut Munawir (2007), titik BEP atau titik pulang pokok dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana dalam operasinya perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi (total penghasilan = Total biaya). Hal ini bisa terjadi apabila perusahaan di dalam operasinya menggunakan biaya tetap dan biaya variabel, dan volume penjualannya hanya cukup menutupi biaya tetap dan biaya variabel. Apabila penjualan hanya cukup menutupi biaya variabel dan sebagian biaya tetap, maka perusahaan menderita kerugian. Sebaliknya, perusahaan akan memperoleh keuntungan, apabila penjualan melebihi biaya variabel dan biaya tetap yang harus dikeluarkan.

Menurut Rangkuti (2006), analisis BEP merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mempelajari keterkaitan antara biaya tetap, biaya variabel, tingkat pendapatan pada berbagai tingkat operasional dan volume produksi. Model yang paling banyak dipakai adalah dengan menggunakan kurva BEP. Selain memberikan informasi mengenai keterkaitan antara biaya dan pendapatan, diagram ini juga menunjukkan laba atau kerugian yang akan dihasilkan pada berbagai tingkat keluaran (*output*). Tujuan dari analisis BEP yaitu untuk mengetahui besarnya penerimaan pada saat titik balik modal, yaitu yang menunjukkan suatu proyek tidak mendapatkan keuntungan tetapi juga tidak mengalami kerugian

Adapun beberapa manfaat dari BEP antara lain sebagaimana berikut :

(1) Alat perencanaan untuk hasilkan laba
(2) Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
(3) Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan
(4) Mengganti system laporan yang tebal dengan grafik yang mudah dibaca dan dimengerti

Analisis *break even point* berguna apabila beberapa asumsi dasar dipenuhi. Asumsi-asumsi tersebut adalah :

(1) Biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dapat dikelompokan dalam biaya variabel dan biaya tetap.

(2) Besarnya biaya variabel secara total berubah-ubah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan. Ini berarti bahwa biaya variabel per unitnya adalah tetap.

(3) Besarnya biaya tetap secara total tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi atau penjualan. Ini berarti bahwa biaya tetap per unitnya berubah-ubah karena adanya perubahan volume kegiatan.

(4) Jumlah unit produk yang terjual sama dengan jumlah per unit produk yang diproduksi.

(5) Harga jual produk per unit tidak berubah dalam periode tertentu.

(6) Perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk, apabila lebih dari satu jenis komposisi masing-masing jenis produk dianggap konstan (tetap).

Analisa BEP juga dapat digunakan oleh usahawan dalam berbagai pengambilan keputusan, antara lain mengenai:

(1) Jumlah minimal produk yang harus terjual agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

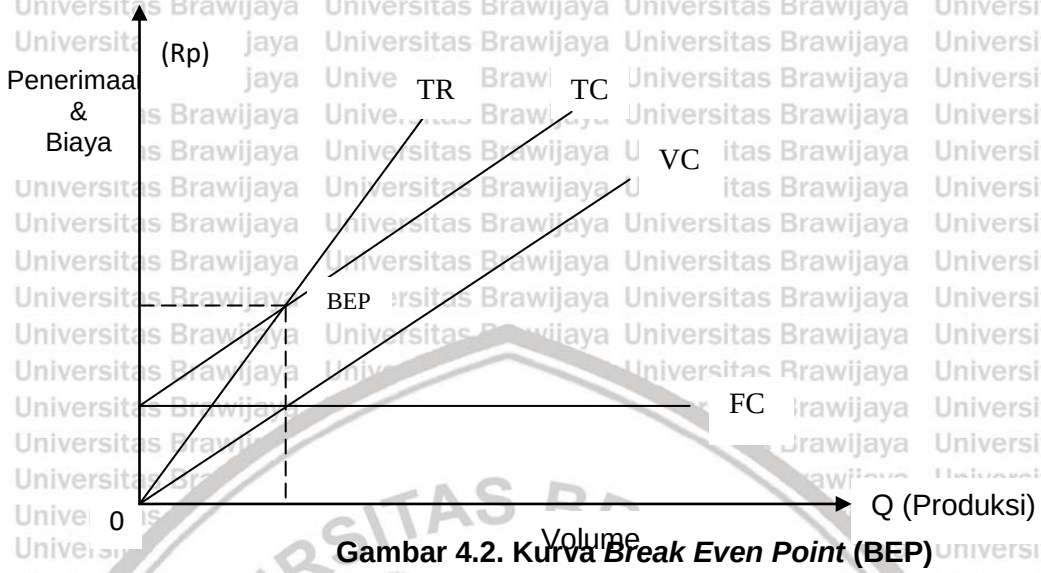
(2) Jumlah penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

(3) Besarnya penyimpanan penjualan berupa penurunan volume yang terjual agar perusahaan tidak menderita kerugian.

(4) Untuk mengetahui efek perubahan harga jual, biaya maupun volume penjualan terhadap laba yang diperoleh.

Kurva BEP merupakan keterkaitan antara jumlah unit yang dihasilkan dan volume yang terjual (pada sumbu X), dan antara pendapatan dari penjualan atau penerimaan dan biaya (pada sumbu Y). BEP terjadi jika pendapatan dari penjualan (TR) berada pada titik keseimbangan dengan total biaya (TC). Sedangkan biaya tetap (FC) adalah variabel

yang tidak berubah meskipun jumlah volume yang dihasilkan berubah. Kurva BEP dapat dilihat pada Gambar 4.2. agar dapat lebih jelas mengenai perpotongan antara garis penerimaan dan biaya total.



Gambar 4.2. Kurva *Break Even Point* (BEP)

Keterangan:
TR = *Total Revenue* (Penerimaan)
Q = *Quantities* (Produksi)
FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)
VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)
TC = *Total Cost* (Total Biaya)
BEP = *Break Even Point* (Titik Impas)

Pada Gambar 4.2. dapat dilihat ketika tingkat produksi mencapai titik impas (BEP). BEP terletak pada perpotongan garis total penerimaan dan total biaya. Daerah sebelah kiri titik BEP yaitu bidang antara garis biaya total dengan garis penerimaan termasuk dalam daerah rugi. Hal ini disebabkan karena hasil penjualan lebih rendah daripada biaya total. Sedangkan daerah di sebelah kanan garis biaya total dengan garis penerimaan merupakan daerah laba karena hasil penjualan lebih tinggi dari biaya total. BEP dapat dihitung dengan dua cara yaitu:

(1) *Break Even Point* (BEP) Penjualan dalam Unit

Break even point volume produksi menggambarkan produksi minimal yang harus dihasilkan dalam usaha agroindustri agar tidak mengalami kerugian (Juanda dan Cahyono, 2000). Rumus perhitungan BEP unit seperti berikut:

$$BEP\ Unit = \frac{FC}{P - VC}$$

Keterangan:
BEP = Break Even Point (Titik Impas)
Q = *Quantities* (Produksi)
FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)
VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)
P = Harga Produk

(2) *Break Even Point* (BEP) Rupiah

Break Even Point rupiah menggambarkan total penerimaan produk dengan kuantitas produk pada saat BEP (Juanda dan Cahyono, 2000).

$$BEP\ Rupiah = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{TR}}$$

Keterangan:
BEP = Break Even Point (Titik Impas)
TR = *Total Revenue* (Penerimaan)
FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)
VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)

B. R/C RATIO

Menurut Soekartawi (2002), *R/C Ratio (Return Cost Ratio)* merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya, maka hal demikian terkait dengan efisiensi. Lebih jauh disebutkan bahwa efisiensi adalah gambaran perbandingan terbaik antara suatu usaha dan hasil yang dicapai. Efisien tidaknya suatu usaha ditentukan oleh besar kecilnya hasil yang diperoleh dari usaha tersebut serta besar kecilnya biaya yang diperlukan untuk memperoleh hasil tersebut. Tingkat efisiensi suatu usaha biasa ditentukan dengan menghitung per *cost ratio* yaitu imbangan antara hasil usaha dengan total biaya produksinya, secara matematik dapat dinyatakan sebagai berikut:

$R / C = P_Q . Q / (TFC+TVC)$

Keterangan:
R = penerimaan
C = biaya
P_Q = harga output
Q = output
TFC = biaya tetap *(fixed cost)*

TVC = biaya variabel *(variable cost)*
Ada tiga kriteria dalam *R/C ratio*, yaitu:
R/C rasio > 1, maka usaha tersebut efisien dan menguntungkan
R/C rasio = 1, maka usahatani tersebut BEP
R/C rasio < 1, maka tidak efisien atau merugikan

Analisis Kelayakan Usaha Jangka Panjang

A. NPV (*Net Present Value*)

Net present value (NPV) atau nilai sekarang bersih adalah analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur layak tidaknya suatu usaha dilaksanakan dilihat dari nilai sekarang (*present value*) arus kas bersih yang akan diterima dibandingkan dengan nilai sekarang dari jumlah investasi yang dikeluarkan. Arus kas bersih adalah laba bersih usaha ditambah penyusutan, sedang jumlah investasi adalah jumlah total dana yang dikeluarkan untuk membiayai pengadaan seluruh alat-alat produksi yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha. Jadi, untuk menghitung NPV dari suatu usaha diperlukan data tentang:

(1) Jumlah investasi yang dikeluarkan,

(2) Arus kas bersih per tahun sesuai dengan umur ekonomis dari alat-alat produksi yang digunakan untuk menjalankan usaha yang bersangkutan.

Net present value adalah selisih antara present value dari keseluruhan proceeds yang didiscontokan atas dasar biaya modal tertentu dengan present value pengeluaran modal. Jadi NPV adalah sebuah metode evaluasi investasi dengan mengukur selisih antara present value dari proceeds dan nilai investasi awal. Kriteria kelayakan dari proyek ini adalah proyek layak jika NPV bertanda positif dan sebaliknya tidak layak jika NPV bertanda negatif. Rumus NPV dalam analisis proyek dituliskan sebagai berikut.

$$\text{NPV} = \sum_{t=0}^{n} \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$$

Keterangan:
Bt = *Benefit* (penerimaan usahatani pada tahun ke-t)
Ct = *Cost* (biaya usahatani pada tahun ke-t)
n = umur ekonomis proyek (10 tahun)

i = tingkat suku bunga yang berlaku (14%)

B. IRR (*Internal Rate of Return*)

IRR menunjukkan kemampuan suatu investasi atau usaha dalam menghasilkan *return* atau tingkat keuntungan yang bisa dipakai. Kriteria yang dipakai untuk menunjukkan bahwa suatu usaha layak dijalankan adalah jika nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga yang berlaku pada saat usaha tani tersebut diusahakan (Gittinger *et al.,* 1993). Jadi, jika IRR lebih tinggi tingkat bunga bank, maka usaha yang direncanakan atau yang diusulan layak untuk dilaksanakan, dan jika sebaliknya usaha yang direncanakan tidak layak untuk dilaksanakan. Teknik perhitungan dengan IRR banyak digunakan dalam suatu analisis investasi, namun relatif sulit untuk ditentukan karena untuk mendapatkan nilai yang akan dihitung diperlukan suatu '*trial and error*' hingga pada akhirnya diperoleh tingkat bunga yang akan menyebabkan NPV sama dengan nol.

Dengan kata lain, IRR adalah tingkat bunga yang akan menyebabkan NPV sama dengan nol, karena present value cash inflow pada tingkat bunga tersebut akan sama dengan initial investment. Suatu usulan proyek investasi akan ditetima jika IRR > cost of capital dan akan ditolak jika IRR < *cost of capital*. Perhitungan IRR untuk pola *cash flow* yang bersifat seragam (*anuitas*), relatif berbeda dengan yang berpola tidak seragam.

Menurut Arifin (2013) bahwa langkah-langkah menghitung IRR untuk pola *cash flow* yang sama adalah sebagai beiikut:

(1) Hitung besarnya payback period untuk proyek yang sedang dievaluasi.

(2) Gunakan tabel discount factor, dan pada baris umur proyek, cari angka yang sama atau mendekati dengan hasil payback period pada langkah 1 di atas. IRR terletak pada persentase terdekat hasil yang diperoleh.

(3) Untuk mendapatkan nilai IRR yang sesungguhnya dapat ditempuh dengan menggunakan interpolasi.

Sedangkan untuk proyek yang memiliki pola *cash inflow* yang tidak seragam, dapat diselesaikan dengan langkah-langkah berikut:

(1) Hitung rata-rata *cash inflow* per tahun

(2) Bagi initial investment dengan rata-rata *cash inflow* untuk mengetahui "estimasi" *payback* period dari proyek yang sedang dievaluasi.

(3) Gunakan tabel *discount factor* untuk menghitung besarnya IRR, seperti langkah ke-2 dalam menghitung IRR untuk pola *cash flow* yang berbentuk seragam (*anuitas*). Hasil yang diperoleh akan merupakan "perkiraan IRR'.

(4) Selanjutnya sesuaikan IRR yang diperoleh pada langkah ke-3 di atas, yaitu diperbesar atau diperkecil, ke dalam pola *cash flow* yang sesungguhnya. Apabila *cash inflow* yang sesungguhnya dalam tahun-tahun pertama temyata lebih besar dari rata-rata yang diperoleh dalam langkah ke 1 di atas, maka perbesarlah tingkat *discount* yang digunakan, dan apabila sebaliknya maka perkecillah *discount* tersebut.

(5) Dari hasil *discount rate* yang diperoleh pada langkah ke-4, kernudian hitunglah NPV dari proyek tersebut.

(6) Apabila hasil yang diperoleh lebih besar dari nol, maka naikkanlah *discount rate* yang digunakan, dan apabila sebaliknya maka turunkanlah *discount rate* tersebut.

(7) Hitunglah kembali NPV dengan menggunakan *discount rate* yang baru, sampai akhirnya diperoleh *discount rate* yang secara berurutan menghasilkan NPV yang positif dan negatif.

Dengan jalan interpolasi maka akan ditemukan nilai IRR yang sesungguhnya. IRR dirumuskan sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2}(i_2 - i_1)$$

Keterangan:
NPV1 = NPV yang bernilai positif
NPV2 = NPV yang bernilai negatif
I1 = tingkat suku bunga saat menghasilkan NPV yang bernilai positif
I2 = tingkat suku bunga saat menghasilkan NPV yang bernilai negatif

Suatu proyek akan dipilih bila nilai IRR yang dihasilkan lebih tinggi daripada tingkat suku bunga yang berlaku (IRR > *social discount rate*). Bila IRR < *social discount rate*

menunjukkan bahwa modal proyek akan lebih menguntungkan bila didepositokan di bank dibandingkan bila digunakan untuk menjalankan proyek.

C. B/C RATIO(*Benefit Cost Ratio*)

Benefit cost ratio adalah penilaian yang dilakukan untuk melihat tingkat efisiensi penggunaan biaya berupa perbandingan jumlah nilai bersih sekarang yang positif dengan jumlah nilai bersih sekarang yang negatif, atau dengan kata lain Net B/C adalah perbandingan antara jumlah NPV positif dangan jumlah NPV negatif dan ini menunjukkan gambaran berapa kali lipat *benefit* akan kita peroleh dari *cost* yang kita keluarkan (Gray *et al.*,, 1997). Dalam analisis ini data yang diutamakan adalah besarnya manfaat yang didapat. Kriteria ini memberikan pedoman bahwa suatu proyek akan dipilih apabila *Net B/C* > 1. Sebaliknya, bila suatu proyek memberi hasil *Net B/C* < 1, maka proyek tidak akan diterima. Rumusan yang digunakan adalah:

$$Net\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^{n} \frac{Ct - Bt}{(1+i)^t}}$$

Keterangan:

Bt = *Benefit* (penerimaan kotor pada tahun ke-t)
Ct = *Cost* (biaya kotor pada tahun ke-t)
n = umur ekonomis proyek
i = tingkat suku bunga yang berlaku

Kriteria yang dapat diperoleh dari penghitungan *Net B/C* antara lain:
Net B/C > 1, maka usahatani menguntungkan;
Net B/C = 1, maka usahatani tidak menguntungkan dan tidak merugikan;
Net B/C < 1, maka usahatani merugikan

2.11. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terkait mengenai strategi peningkatan daya saing produk UKM PHP ke pasar regional ASEAN melalui sertifikasi yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.4.

Tabel 2.4. Review Penelitian Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UKM PHP ke Pasar Regional ASEAN Melalui Sertifikasi

NO	Peneliti dan judul penelitian	Tujuan penelitian	Hasil penelitian
1	Rachmawati (2015), peluang industri dan perdagangan bagi UMKM dalam menghadapi AFTA 2015	Untuk menciptakan kebijakan yang dapat mendukung UMKM didalam meningkatkan perindustrian dan perdagangan sehingga dapat bersaing dengan negara ASEAN lainnya	Dengan adanya ASEAN *free trade area* (AFTA) yang dilakukan pada tahun 2015 maka peluang untuk meningkatkan industri dan perdagangan bagi UMKM akan meningkat ditambah lagi dengan hilangnya tarif bea masuk maka tidak ada lagi hambatan dalam peningkatan tersebut, maka yang dibutuhkan adalah kesiapan dari UMKM sebagai pelaku bisnis dan kesiapan pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang kondusif yang membantu dan mendukum UMKM dalam melakukan perindustrian dan perdagangan sehingga mereka dapat memproduksi dan memasarkan barang dan jasa dengan hasil yang maksimal.
2	Sulistyowati *et al.* (2014), pemberdayaan ekonomi masyarakat pengolah ikan melalui aplikasi *cold chain system* pada produksi *convenience fish product* bersertifikasi di Paciran, Lamongan.	Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi produk sebagai pendukung utama *brand image*, agar unit bisnis dapat bersaing lokal dan regional di ASEAN	Daya saing UKM sangat dipengaruhi oleh lemahnya jaringan pemasaran, sulitnya akses permodalan, perizinan, rendahnya kemampuan sdm, permasalahan teknologi produksi, *quality control*, serta manajemen bisnis
3	Yuwono dan Retno (2013), analisa faktor-faktor penghambat pertumbuhan usaha UKM	Untuk mengetahui faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan usaha UKM	Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM adalah : 1) Faktor internal: modal, tenaga kerja, teknologi dan peralatan, pemasaran, inovasi, manajemen usaha 2) Faktor Eksternal: ketersediaan bahan baku, kondisi ekonomi, keamanan, sarana dan prasarana, kondisi sosial ekonomi, fasilitas ekonomi
4	Wiryanto (2012). pemberdayaan usaha kecil dan menengah di Kota Banjarbaru dalam rangka Millenium Development Goals	Mengetahui bagaimana strategi pemberdayaan UKM berbasis sumberdaya lokal untuk meningkatkan kesejahteraan	Untuk tumbuhnya UKM serta iklim usaha dan investasi yang baik dalam rangka *MDGs* 2015, pemerintah daerah terkait perlu melakukan upaya strategi pemberdayaan UKM melalui pengembangan sumberdaya manusia UKM; peningkatan akses UKM terhadap perluasan penyaluran kredit; peningkatan produktivitas dan optimalisasi koordinasi

	2015	masyarakat di kota Banjarbaru khususnya, dalam rangka *MDGs* 2015	
5	Yuliawati (2012), analisis strategi pemasaran pada UMKM subsistem agribisnis Bandeng (*Chanos chanos*) presto di Kota Semarang	Mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing, dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor internal dan eksternal perusahaan dan lingkungan yang berpengaruh.	a. Strategi yang sesuai dengan kondisi UMK saat ini adalah: pembuatan sentra bandeng presto, meningkatkan kualitas produk dengan penerapan sistem jaminan mutu dan keamanan produk, pembangunan rumah kemasan, diversifikasi dan inovasi produk, meningkatkan promosi penjualan, meningkatkan kualitas SDM. b. Strategi yang sesuai dengan kondisi usaha skala menengah saat ini adalah: meningkatkan kualitas produk dengan jaminan mutu dan keamanan, meningkatkan status UMKM dengan sertifikasi, membuka cabang, melakukan ekspor.
6	Handriani (2011), pengaruh faktor internal, eksternal, *entrepreneurial skill*, strategi dan kinerja terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang	Menganalisis pengaruh faktor-faktor internal, eksternal, *entrepreneur skill* , strategi dan kinerja terhadap daya saing Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Semarang	Terdapat pengaruh positif secara simultan antara variabel Internal**,** eksternal, variabel *entrepreur skill*, strategi dan kinerja terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang . Hal ini sesuai dengan penelitian Glueck dan Jauch (1999) yang menjelaskan 5 faktor *internal* perusahaan yang secara strategis mempengaruhi tujuan perusahaan, yakni (1) pemasaran dan distribusi, (2) penelitian, pengembangan dan rekayasa, (3) manajemen produksi dan operasi, (4) sumberdaya manusia perusahaan, dan (5) faktor keuangan dan akuntansi . Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja suatu usaha, termasuk usaha kecil, dapat dikelompokkan menjadi tiga faktor: (1) faktor internal, (2) faktor eksternal, dan (3) faktor *entrepreneurial skill*. Ketiganya dapat berpengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap kinerja usaha kecil melalui penerapan strategi dan pada akhirnya meningkatkan daya saing usaha di suatu wilayah.
7	Suhendar *et al*. (2010), kajian strategi pemasaran ikan asap (*smoked fish*) di UKM Petikan Cita Halus Citayam Bogor	Mengkaji strategi pemasaran usaha pengolahan ikan asap UKM Petikan Cita Halus-Citayam Bogor	Strategi pemasaran yang berdaya saing dapat dilakukan antara lain: 1. Strategi efisiensi yang ditujukan untuk mengefisiensikan pengeluaran untuk memperoleh keuntungan optimal 2. Strategi blue ocean dilakukan dengan mengembangkan dan memperbanyak faktor-faktor yang dimiliki oleh perusahaan, tetapi tidak dimiliki oleh para pesaing, sehingga produknya unik 3. Strategi membangun kemitraan strategik (*strategic partnership*), terutama dengan

			para pembudidaya ikan atau para pemasok dalam ikatan kerjasama saling menguntungkan untuk menjaga kelangsungan pasokan bahan baku 4. Strategi pengembangan dan perluasan pasar produk ikan asap UKM Petikan Cita Halus dilakukan melalui kerjasama dengan pemodal (investor) untuk membangun *outlet-outlet* penjualan ikan asap. Kerjasama ini membentuk *franchice* (waralaba) atau bentuk kerjasama lainnya yang saling menguntungkan 5. Strategi pemilihan produk utama ditujukan untuk mencari produk yang menghasilkan keuntungan maksimal dilihat dari segi biaya dan respon konsumen, contohnya ikan pari dengan margin tinggi dan prospek pemasaran yang lebih baik; sebagai alternatif adalah ikan patin, ikan tuna dan ikan lele, karena memiliki margin dan permintaan cukup tinggi, serta ketersediaan bahan baku relatif mudah
8	Rahmana (2009), strategi pengembangan usaha kecil menengah sektor industri pengolahan	Mengetahui strategi pengembangan UKM yang mengintegrasikan keunggulan atau potensi lokal UKM dengan peluang-peluang eksternal yang ada.	Strategi pengembangan UKM adalah strategi menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threat*). Implementasi strategi ini adalah dengan meningkatkan kualitas produk melalui peningkatan kualitas proses dan membina kerja sama yang intensif dengan para supplier untuk memperoleh pasokan bahan baku yang secara kuantitas dan kualitas sangat memadai bagi UKM
9	Tambunan (2008), ukuran daya saing koperasi dan UKM	Mengidentifikasi variabel-variabel atau indikator-indikator yang tepat untuk digunakan sebagai pengukur daya saing UKM dan Koperasi di Indonesia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Daya saing sebuah perusahaan tercerminkan dari daya saing dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Sedangkan, daya saing dari perusahaan tersebut ditentukan oleh banyak faktor, 7 diantaranya yang sangat penting adalah: keahlian / tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang sesuai kebutuhan bisnis, ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan input lain seperti enerji, bahan baku, dan lainnya. 2) Indikator-indikator utama daya saing produk adalah antara lain pangsa ekspor, pangsa pasar luar negeri dan dalam negeri, nilai/harga produk, dan kepuasan consumen; sedangkan indikator-indikator utama daya saing perusahaan adalah

			antara lain, profit, sumber daya manusia (sdm), pengeluaran R&D, dan jenis teknologi yang digunakan. 3) Pendorong utama daya saing perusahaan adalah sdm (pekerja dan pengusaha), dan prasyarat utama untuk meningkatan daya saing perusahaan adalah pendidikan, modal, teknologi, informasi, dan input krusial lainnya.
10	Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM (2004), Hambatan usaha kecil dan menengah dalam kegiatan ekspor	1) Untuk mengetahui kinerja UKM dalam kegiatan ekspor; 2) Mengetahui faktor-faktor yang menghambat UKM dalam kegiatan ekspor	1) Kontribusi UKM dalam kegiatan ekspor masih relatif rendah dibandingkan dengan usaha besar dengan rasio 1:4, di mana sebagian besar bertumpu pada produk kerajinan dan barang seni, garmen, serta makanan dan minuman; 2) Faktor-faktor yang menjadi hambatan bagi UKM dalam kegiatan ekspor urutan dari yang terberat adalah: a. Aksesibiltas terhadap sumberdaya produktif seperti pembiayaan dan pemasaran, jaringan bisnis, dan teknologi; b. Spesifikasi produk, meliputi desain, kemasan, warna, dan bentuk; c. Kapasitas produksi, meliputi ketersediaan modal, ketersedian mesin/peralatan dan penguasaan teknologi, ketersediaan bahan baku, dan ketersediaan tenaga kerja terampil; d. Kelengkapan dokumen, termasuk sertifikasi produk, *letter of credit*, dan NPWP; e. Biaya kegiatan ekspor, termasuk komponen *biaya siluman*, perizinan dan transportasi, serta risiko/jaminan produk sesuai pesanan

BAB III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Landasan Teori

3.1.1. Teori yang diperlukan untuk menjawab bagaimana karakteristik UKM-PHP Jatim dalam menuju produk perikanan bersertifikasi untuk pemasaran regional.

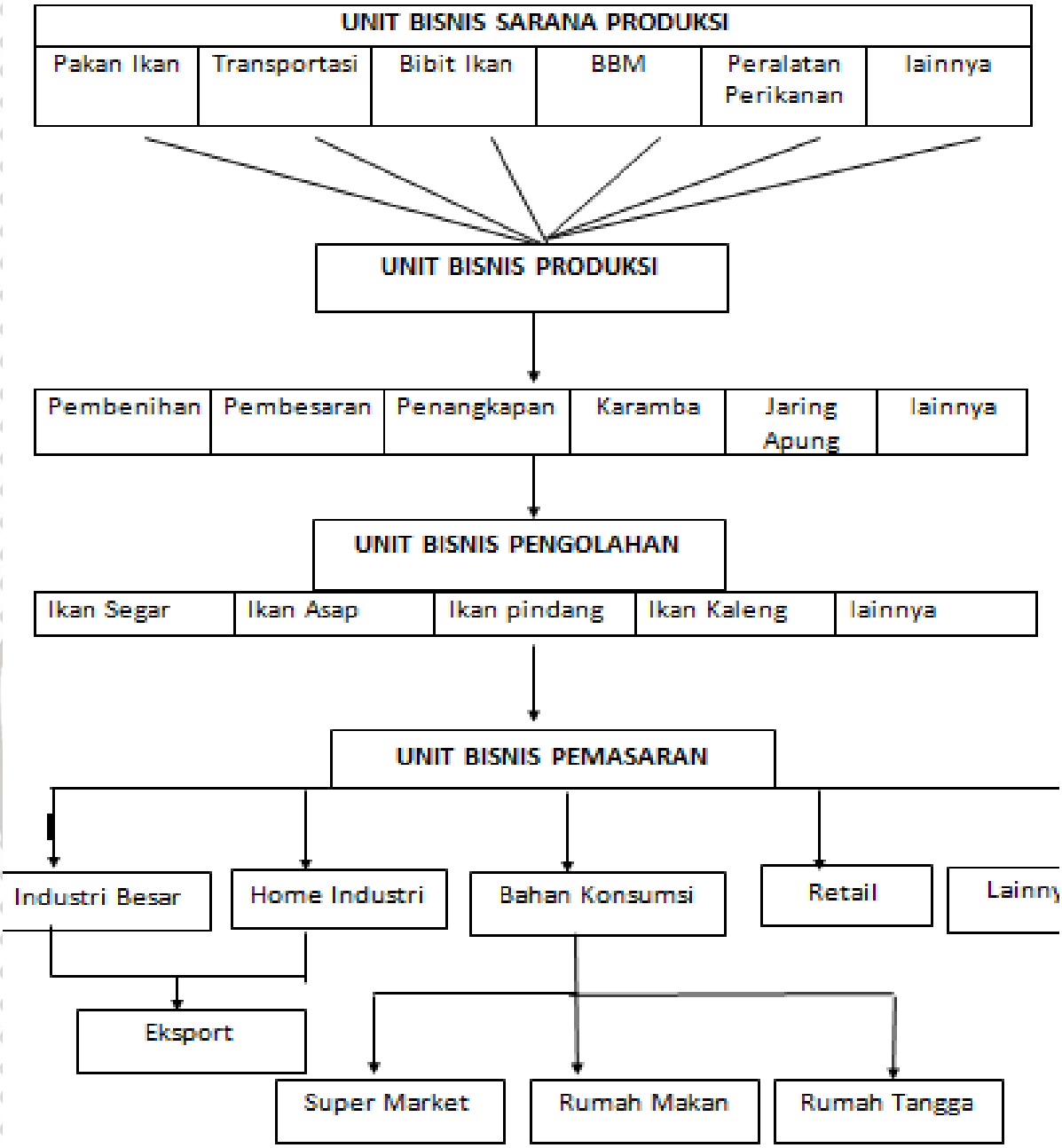
(a) Teori Manajemen Pemasaran

Kotler (1992) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan yang lain. Sedangkan menurut Stanton (1978) pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan distribusi barang atau jasa yang akan dipasarkan. Dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran meliputi perencanaan kegiatan, penentuan harga produk, promosi produk, dan juga distribusi produk barang atau jasa yang dipasarkan. Jangkauan pemasaran dapat menjadi sangat luas jika dijabarkan mulai dari produsen hingga konsumen. Ruang lingkup pemasaran yang sangat luas ini dapat diringkas dalam 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Lebih lanjut Krishna (2007) mengutip Kotler dan Amstrong bahwa seluruh strategi pemasaran dibangun berdasarkan STP, yaitu *segmentation, targeting,* dan *positioning*. *Segmentation* merupakan proses penempatan konsumen dalam sub kelompok pada pasar produk, sehingga sekelompok konsumen ini memiliki tanggapan yang hampir sama mengenai produk tersebut. Penetapan pasar sasaran (*targeting*) merupakan cara mengevaluasi dan memutuskan berapa segmen pasar yang akan dicakup dalam sebuah pemasaran produk. Perumusan posisi produk

(*positioning*) adalah cara dalam merumuskan produk yang dipasarkan melalui kuesioner yang telah disebar pada dipasarkan melalui kuesioner yang telah disebar pada masyarakat.

Kotler (2002) juga menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Definisi ini mengakui bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terkait. Manajemen pemasaran dapat diterapkan pada semua bidang usaha. Dalam manajemen terdapat fungsi penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan atau penerapan serta pengawasan. Tahap perencanan merupakan tahap yang menentukan kelangsungan dan kesuksesan suatu organisasi pemasaran.

Dalam sistem agrobisnis perikanan seperti nampak pada Gambar 3.1., bagian pemasaran menjadi yang paling menentukan keberlanjutan sub sistem yang lain, seperti pengolahan, produksi di budidaya/penangkapan, dan pengadaan sarana produksi. Bila bagian pemasaran ini tidak berjalan maka bagian yang lain pun tidak dapat dilakukan (Primyastanto, 2011). Ditambah lagi bahwa produk perikanan merupakan produk yang bersifat *perishable food* maka pengolahan dan pemasarannya memerlukan tata cara khusus untuk mempertahankan kualitas hingga produk sampai di konsumen.



Gambar 3.1. Sistem Agrobisnis Perikanan (Primyastanto, 2011)

(b) Teori Regionalisasi Kawasan Ekonomi

Perkembangan ekonomi dunia yang pesat telah meningkatkan saling ketergantungan antar negara, mempertajam persaingan dan memperumit strategi pembangunan yang mengandalkan ekspor, sehingga menjadi tantangan dan kendala berat, walau di pihak lain sebenarnya merupakan peluang baru

yang dapat dimanfaatkan untuk keberhasilan pelaksanaan pembangunan bagi negara yang sedang berkembang dan maju. Gejala yang disebut globalisasi ini terjadi dalam kegiatan finansial, produksi, investasi, dan perdagangan yang kemudian mempengaruhi tata hubungan ekonomi antar bangsa (Hasyim, 2012) .

Proses globalisasi akan menimbulkan proses menyatunya ekonomi kawasan atau dunia sehingga batas-batas antar negara dalam berbagai praktik dunia usaha semakin jauh berkurang. Pada era ini perdagangan internasional dalam konteks perdagangan bebas berperan sangat penting dalam mencapai target pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Perdagangan bebas sangat erat kaitannya dengan integrasi ekonomi dimana perdagangan bebas adalah implikasi dari adanya integrasi ekonomi yang dapat berbentuk *Free Trade Area* (FTA), *Custom Union* (CU), dan *Common Market* (CM). FTA adalah bentuk integrasi yang paling sederhana dimana para anggotanya menyepakati perdagangan secara bebas, yang diperdalam oleh CU dengan tarif eksternal bersama, dan yang lebih terintegrasi lagi adalah CM yang juga menyetujui perpindahan faktor-faktor produksi (alam, tenaga kerja, modal, pengusaha) secara bebas.

Konsep integrasi ekonomi dalam globalisasi memunculkan fenomena baru bernama regionalisasi, yaitu integrasi ekonomi antar negara yang berada dalam satu wilayah region dimana batas negara bukanlah hambatan yang berarti dalam menanggapi permintaan pasar, seperti AFTA (*ASEAN Free Trade Area*), sebagai wujud dari kerjasama negara-negara ASEAN dalam menanggapi globalisasi ekonomi dan perdagangan bebas. Dengan adanya AFTA, negara-negara di kawasan ASEAN dapat dengan mudah melakukan kegiatan perdagangan internasionalnya tanpa ada hambatan yang berarti. Sebagaimana fungsi dari perdagangan internasional yaitu sebagai kunci pertumbuhan nasional bagi setiap negara, AFTA terlahir atas dasar tujuan akhir peningkatan

pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan negara-negara di kawasan Asia Tenggara (Mukhlis, 2009).

Dalam penelitian ini akan mencermati pemasaran dari produk pengolahan hasil perikanan dari UKM Indonesia sebagai anggota AFTA dengan jumlah penduduk (target pasar) paling besar dibanding anggota lainnya. Sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam ikan tingkat dunia dan sumber daya manusia, tapi ternyata masih mengundang banyak pandangan skeptis akan kesiapan Indonesia. Salah satu indikasi ketidaksiapan adalah sumber daya yang belum dieksploitasi secara efektif dan efisien serta biaya produksi yang dikeluarkan produsen dalam negeri Indonesia tergolong cukup tinggi sehingga harga komoditi dari Indonesia cenderung lebih mahal dari dari negara lain di ASEAN, walau dari segi kualitas barang yang diperdagangkan dalam pasar AFTA sebenarnya kualitas barang hasil produksi Indonesia cukup baik.

Indonesia menjadi negara yang cenderung konsumtif karena biaya yang dikeluarkan untuk berproduksi sendiri lebih tinggi. Ini akan berimbas pada keberlangsungan UMKM sebagai sektor yang menjadi kunci bagi perekonomian Indonesia. Produk yang dihasilkan UMKM menjadi kalah bersaing secara harga dengan produk impor. Biaya produksi yang tinggi menyebabkan harga jual barang yang tinggi sehingga masyarakat Indonesia yang kebanyakan masih dalam taraf ekonomi rendah lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan membeli barang jadi impor. Kondisi tersebut akan menyebabkan kemunduran bagi sektor UMKM yang pada giliranya akan berdampak pada perekonomian makro, yaitu semakin banyaknya pengangguran karena lebih dari 80% industri di Indonesia merupakan UMKM yang artinya penyerap tenaga kerja terbesar adalah dari UMKM. Munculnya barang-barang impor murah dari China memang meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena kebutuhan masyarakat bisa terpenuhi. Namun dalam jangka panjang, membanjirnya produk impor murah

dapat menyebabkan terhambatnya proses pembangunan ekonomi (Hasyim, 2012).

3.1.2. Teori yang diperlukan untuk menjawab faktor yang mempengaruhi pemenuhan market requirements sertifikasi UKM PHP untuk dapat bersaing di pasar bebas

Teori Daya Saing

Konsep pertama keunggulan bersaing dalam perdagangan suatu komoditas atau produk antar negara telah dimulai dari keunggulan *absolut* dari Adam Smith yang menyatakan bahwa dua negara akan mendapatkan keuntungan dari perdagangan apabila faktor-faktor alamiahnya masing-masing negara dapat mengadakan suatu produk yang lebih murah dibandingkan dengan memproduksinya sendiri. Suatu negara dapat memperoleh keuntungan dari perdagangan bila total biaya sumber daya untuk memproduksi suatu barang secara absolut lebih rendah dari biaya sumber daya untuk memproduksi barang yang sama di negara lain. Menurut konsep tersebut hendaknya tiap negara mengkhususkan diri untuk memproduksi barang-barang yang paling efisien yaitu yang dapat diproduksi dengan biaya paling murah (Asheghian dan Ebrahimi, 1990, dalam Suprihatini, 2005).

Selanjutnya fenomena menunjukkan bahwa ternyata dua negara masih bisa mendapatkan keuntungan dari perdagangan walau bila salah satu negara tersebut tidak memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi semua komoditas tersebut. Maka kemudian muncul konsep keunggulan komparatif David Ricardo tahun 1817 menjelaskan bahwa apabila suatu negara dapat memproduksi masing-masing dari dua barang dengan lebih efisien dibandingkan dengan negara lainnya, dan dapat memproduksi satu dari dua barang tersebut dengan lebih efisien, maka hendaknya mengkhususnya diri dan mengekspor komoditas

yang secara komparatif lebih efisien, yaitu komoditas yang memiliki keunggulan absolut terbesar

Konsep keunggulan kompetitif merupakan penyempurnaan dari konsep keunggulan komparatif. Pada konsep tersebut keunggulan suatu negara tidak hanya bersumber dari faktor alamiah saja. Konsep keunggulan kompetitif yang terkenal dicanangkan oleh Porter (2009) adalah daya saing suatu industri dari suatu bangsa atau negara tergantung pada keunggulan dari empat atribut yang dimilikinya yang terkenal dengan sebutan *The Diamond of Porter* yaitu:

(1) Kondisi faktor alam;

(2) Kondisi permintaan;

(3) Industri terkait dan penunjang;

(4) Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan.

Keempat atribut tersebut secara bersama-sama dan ditambah dengan kesempatan serta kebijakan pemerintah yang kondusif untuk mempercepat keunggulan dan koordinasi antar atribut tersebut maka kesemuanya akan mempengaruhi kemampuan bersaing suatu industri di suatu negara.

Daya saing di tingkat perusahaan merupakan tingkat sampai sejauh mana suatu perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar, termasuk memenuhi permintaan pasar domestik maupun internasional, dalam memproduksi barang dan jasa, dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan karyawannya. Keunggulan bersaing ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal sebuah perusahaan sehingga diperlukan strategi yang tepat (Handriani (2011) dan Rahmana (2009)).

Perusahaan yang tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap *survive* di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang. Daya saing berkaitan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan dibandingkan

dengan yang lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sejenis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik dan efektif maka akan mampu bersaing. Porter (2009) mengatakan "*competition is at the core of the success or failure of firms*". Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik, sehingga persaingan dianggap sebagai peluang yang memotivasi. Sedang kegagalan akan memperlemah perusahaan yang bersifat statis dan takut persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk berkualitas sehingga persaingan merupakan ancaman.

Dimensi daya saing disebutkan oleh Muhardi (2007) dengan mengutip Ward *et al.* (1998) adalah terdiri dari biaya (*cost*), kualitas (*quality*), waktu penyampaian (*delivery*), dan fleksibilitas (*flexibility*).

(1) Biaya adalah dimensi daya saing operasi yang meliputi empat indikator : biaya produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan.

(2) Kualitas meliputi berbagai indikator diantaranya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain.

(3) Waktu penyampaian meliputi beberapa indikator ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, dan ketepatan waktu penyampaian produk, dimana ketiga indikator tersebut berkaitan satu sama lain

(4) Fleksibilitas merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing disebutkan oleh Sunarto (2004) adalah meliputi:

(1) Lokasi, faktor lokasi usaha yang strategis akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen cenderung mencari jarak tempuh terpendek.

(2) Harga, faktor harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Faktor harga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan.

(3) Pelayanan, faktor pelayanan atau servis (*service*) makin sering menjadi pokok pemikiran seorang pengusaha di era persaingan yang ketat dan berlomba memberi pelayanan terbaik, baik melalui ketersediaan produk bermutu, peralatan yang digunakan, dan keramahan karyawan.

(4) Mutu, suatu perusahaan akan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya.

(5) Promosi, semakin sering suatu perusahaan melakukan promosi, semakin banyak konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan baik di media cetak, elektronik, maupun media lain. Promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelanjaan atau penjualan produk atau jasa.Promosi penjualan mencakup suatu variasi yang luas dari alat-alat promosi yang didesain untuk merangsang respons pasar yang lebih cepat.

Teori Standarisasi

Standar dapat diartikan sebagai (1) ukuran tertentu yang dipakai sebagai patokan, (2) ukuran atau tingkat biaya hidup serta dalam dunia perdagangan

berarti (3) sesuatu yang dianggap tetap nilainya sehingga dapat dipakai sebagai ukuran nilai (harga), atau arti yang terakhir yaitu (4) baku. Standarisasi dapat berarti suatu penyesuaian bentuk (ukuran, kualitas) dengan pedoman (standar) yang ditetapkan atau pembakuan. Standarisasi merupakan tatanan (petunjuk, kaidah, ketentuan) yang dibuat untuk mengatur. Standarisasi dalam dunia pangan dimaksudkan untuk menciptakan suatu batasan yang dapat menjamin ketahanan pangan (Wijaya, 2011). Sementara Hariyadi (2011) menjelaskan bahwa standarisasi produk pangan adalah *an activity giving solution for repetitive application to problems in spheres of science, technology, economics, aiming at achieving optimum order. As generally activity consists of the process of formulating, issuing and implementing standards*.

Menurut Internasional Standaritation Organization (ISO), standarisasi mutu adalah spesifikasi teknis atau dokumen lain yang dapat digunakan untuk umum yang dibuat dengan cara kerjasama dan konsensus dari pihak-pihak yng berkepentingan berdasarkan pada hasil konsultasi ilmu pengetahuan, teknologi dan pengalaman sehingga standarisasi mutu itu dapat dimanfaatkan masyarakat secara optimal (Arpah, 1993).

Standarisasi produk pangan bertujuan untuk menilai produk pangan dapat diukur dan dikendalikan, jika tersedia suatu standar yang dapat dijadikan acuan. Tujuan standarisasi nasional produk pangan adalah (1) melindungi kepentingan publik dan kesehatan konsumen; (2) memfasilitasi tercapainya perdagangan pangan yang adil. Tujuan standarisasi internasional produk pangan adalah (1) melindungi kepentingan masyarakat internasional dan kesehatan (negara) konsumen; (2) memfasilitasi tercapainya perdagangan pangan yang adil antar negara; (3) meningkatkan kesejahteraan masyarakat dunia. Manfaat dari standarisasi produk pangan antara lain (1) membangun budaya mutu, untuk menuju mutu produk pangan yang lebih baik; (2) membangun daya saing industri

nasional. Sementara pihak-pihak yang terlibat dalam penentuan standarisasi produk pangan antara lain: industri, pemerintah, lembaga penelitian, konsumen, lembaga konsumen dan dan pihak-pihak terkait lainnya (Hariyadi, 2011).

Penerapan standarisasi produk UKM perikanan dapat membantu menjembatani kepentingan konsumen dengan kepentingan pelaku usaha atau produsen, karena dengan cara menerapkan standar terhadap suatu produk UKM perikanan yang tepat dapat memenuhi kepentingan dari kedua belah pihak. Seiring dengan peningkatan kebutuhan pangan di era globalisasi, standar mutu untuk produk UKM perikanan menjadi penting. Dalam kaitannya dengan perdagangan internasional, maka produk UKM perikanan yang diperdagangkan harus memenuhi persyaratan internasional atau yang berlaku di negara tujuan ekspor, antara lain syarat mutu, keamanan, lingkungan, kesehatan dan lainnya. Hal yang sama juga berlaku untuk produk impor. Penerapan standar akan berdampak pada terciptanya pasar yang tersegmentasi, peningkatan kekuatan pasar dari pelaku, serta menguatkan *entry barriers* (Salim, 2012).

Teori Sertifikasi

Sertifikasi adalah prosedur dimana lembaga pemerintah atau lembaga sertifikasi yang diakui oleh pemerintah, memberikan jaminan tertulis atau yang setara bahwa pangan atau sistem pengendalian pangan sesuai dengan persyaratan yang ditentukan. Hal yang terkait dengan sertifikasi adalah standarisasi dan akreditasi yaitu rangkaian pengakuan formal oleh lembaga akreditasi nasional yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi persyaratan untuk melakukan kegiatan sertifikasi tertentu (Wibowo dan Husnain, 2016). Adapun tujuan sertifikasi adalah:

1) Untuk melindungi konsumen dari manipulasi dan penipuan yang terjadi di pasar serta klaim dari produk-produk pangan yang tidak benar

2) Melindungi produsen dan produk pangan UKM dari penipuan produk pangan lainnya yang mengaku sebagai produk yang aman dan bermutu

3) Memberikan jaminan bahwa seluruh tahapan produksi, penyiapan, penyimpanan, pengangkutan dan pemasaran dapat diperiksa sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI)

Sertifikasi digunakan untuk menunjukkan bahwa sebuah produk UKM perikanan telah diproduksi dengan menggunakan metode tertentu atau memiliki karakteristik tertentu yang telah memenuhi standar. Sertifikasi ini pada umumnya digunakan ketika pihak produsen dan konsumen tidak dapat bertemu secara langsung, seperti misalnya di pasar internasional dimana pihak konsumen tidak dapat secara mudah melakukan verifikasi bahwa suatu produk telah diproduksi sesuai dengan apa yang disebutkan oleh pihak produsen. Sertifikasi dapat membantu membedakan suatu produk UKM dengan produk yang lain, yang dapat berguna untuk mempromosikan produk tersebut di pasar, juga dapat membantu meningkatkan akses pasar, dan di banyak kasus, membuat harga produk menjadi lebih tinggi (FAO, 2007).

Sistem sertifikasi keamanan pangan produk UKM dikembangkan dalam rangka mengantisipasi era liberalisasi perdagangan global. Kesuksesan dalam perdagangan bebas ditentukan oleh faktor kemampuan negara dalam membangun peraturan, sistem dan standar yang ekivalen dengan peraturan internasional, misalnya pedoman atau standar yang diterbitkan oleh FAO atau WHO, dan ketentuan negara mitra dagang, seperti Uni Eropa dan Amerika Serikat, kesiapan SDM yang menguasai ilmu atau teknologi dan kemampuan akses informasi secara cepat, serta ketersediaan peralatan dan efesiensi produksi yang tinggi (Santoso *et al*., 2009).

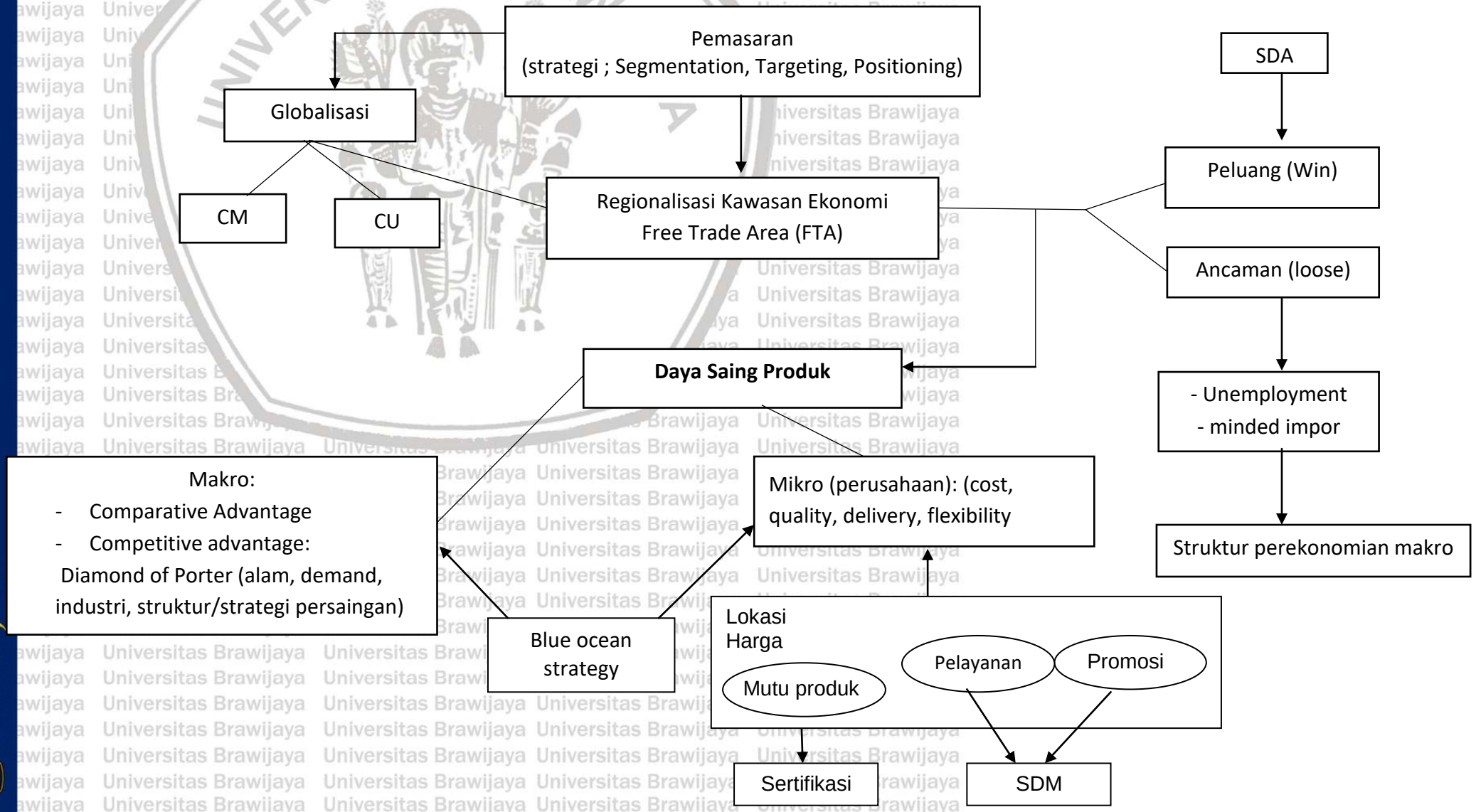
Strategi Samudra Biru (*Blue Ocean Strategy)*

Istilah *"Blue Ocean Strategy* " pertama kali diperkenalkan oleh Kim and Mauborgne (2015) dalam bukunya yang diterbitkan oleh Harvard Business Review Press. Istilah ini menggambarkan bagaimana perusahaan tradisional umumnya bekerja di kondisi *"red ocean*" di mana bisnis kejam melawan satu sama lain untuk pangsa pasar yang sama. Sebaliknya, menurut strategi samudra biru, perusahaan harus menemukan cara untuk bekerja di pasar yang bebas dari pesaing (Kim dan Mauborgne, 2005). Hal demikian diibaratkan pada pertempuran hiu di laut yang memperebutkan "pangsa pasar" yang sama berakibat laut berwarna merah karena darah yang tertumpah. Sementara di bagian lain laut biru masih sangat luas membuka peluang cara-cara baru untuk mendapatkan keuntungan tanpa harus bersaing secara langsung dengan perusahaan yang sudah ada.

Melalui strategi ini perusahaan terkemuka akan berhasil bukan dengan cara memerangi pesaing, tapi dengan sistematis menciptakan "samudra biru" ruang pasar yang belum matang untuk pertumbuhan. Strategi ini lebih mengejar diferensiasi produk tinggi dan biaya rendah secara simultan, sehingga membuat kompetisi tidak relevan. Beberapa penulis menyebutkan bahwa *blue ocean strategy* berhasil karena secara bersamaan menarik sejumlah besar pelanggan sekaligus meningkatkan biaya kompetisi. Laju inovasi dan perubahan dalam beberapa tahun terakhir telah menyebabkan pencarian untuk strategi yang lebih dinamis dari sekedar lima kekuatan Porter yang masih berada di 'lautan merah' dimana keuntungan bisnis ditentukan berdasarkan bisnis lain yang sudah ada di industri. Kunci keberhasilan bisnis yang luar biasa justru terbukti ketika perusahaan mendefinisikan kembali hal persaingan dan pindah ke 'laut biru,' di mana perusahaan memiliki "air untuk diri sendiri".

Norman and Vaidyanathan (2009) menyatakan bahwa strategi samudra biru mendorong perusahaan kurang fokus pada pesaing mereka dan lebih pada alternatif atau pencarian inovasi baru, pada saat yang sama perusahaan bisa kurang fokus pada pelanggan saat ini dan lebih perhatian pada pelanggan baru yang potensial. Di iklim MEA yang membawa UKM pada ketidak pastian maka strategi ini menjadi alternatif bagi UKM untuk tidak frustasi dalam kekalahan persaingan, melalui inovasi produk dan manajemen yang berbeda dengan pesaing sehingga menciptakan pangsa pasar yang berbeda pula.

Selanjutnya kerangka teori yang dijelaskan di atas dapat diringkas seperti pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2. Kerangka Teori Penelitian Daya Saing UKM PHP

3.2. Kerangka Konsep Penelitian

Daya saing UKM PHP Indonesia menjadi poin penting yang harus diprioritaskan dalam pelaksanaan AEC 2016. Keadaan tersebut karena UKM selama ini menjadi tulang punggung yang banyak membantu penyerapan tenaga kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan serta meningkatkan pendapatan domestik negara. UKM sebagai salah satu sektor industri yang banyak dan mampu menambah pendapatan negara dengan jumlah yang tinggi diharapkan dapat terus mempertahankan kualitas mutu dan keamanan pangan. AEC ibarat mata pisau bermuka dua bagi Indonesia, bisa menjadi peluang membawa manfaat dan berkah (*land of oppurtunities*) juga bisa menjadi musibah (*loss of oppurtunities*). Indonesia akan menjadi produsen yang banyak mengekspor atau justru menjadi sasaran empuk para importir, tergantung kesiapannya pada daya saing mutu UKM PHP Indonesia menghadapi AEC 2015 (Umar, 2008).

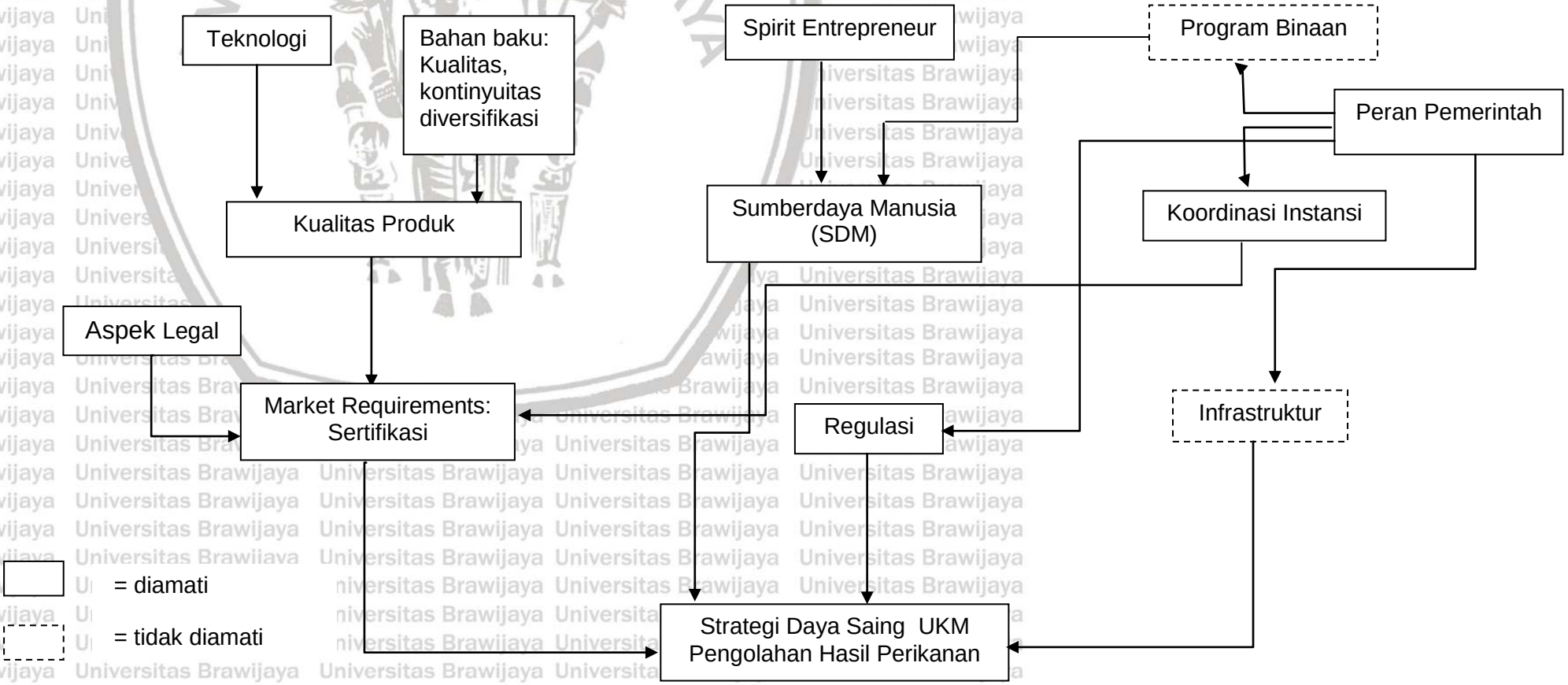
Menyadari kenyataan ini maka perlu dicari suatu model pemberdayaan dan pengembangan UKM PHP di wilayah potensial usaha perikanan Propinsi Jawa Timur dengan strategi peningkatan daya saing UKM pengolahan hasil perikanan ke pasar regional ASEAN melalui sertifikasi. Kegiatan sertifikasi adalah standarisasi kualitas mutu dan keamanan pangan oleh beberapa instansi seperti SKP melalui DKP, PIRT melalui DepKes, SIUP dan merk melalui DISPERDAGIN, MD-BPOM melalui BPOM, Halal melalui LPPOM-MUI.

Program pengembangan daya saing UKM PHP dengan menerapkan strategi peningkatan daya saing produk UKM pengolahan ikan ke pasar regional ASEAN melalui sertifikasi merupakan cara bagaimana mengoptimalkan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap sertifikasi dan daya saing produk UKM PHP antara lain pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia (SDM) dan regulasi. Dampak dari standarisasi dan sertifikasi jaminan mutu dan keamanan pangan produk UKM PHP diharapkan dapat meningkatkan daya

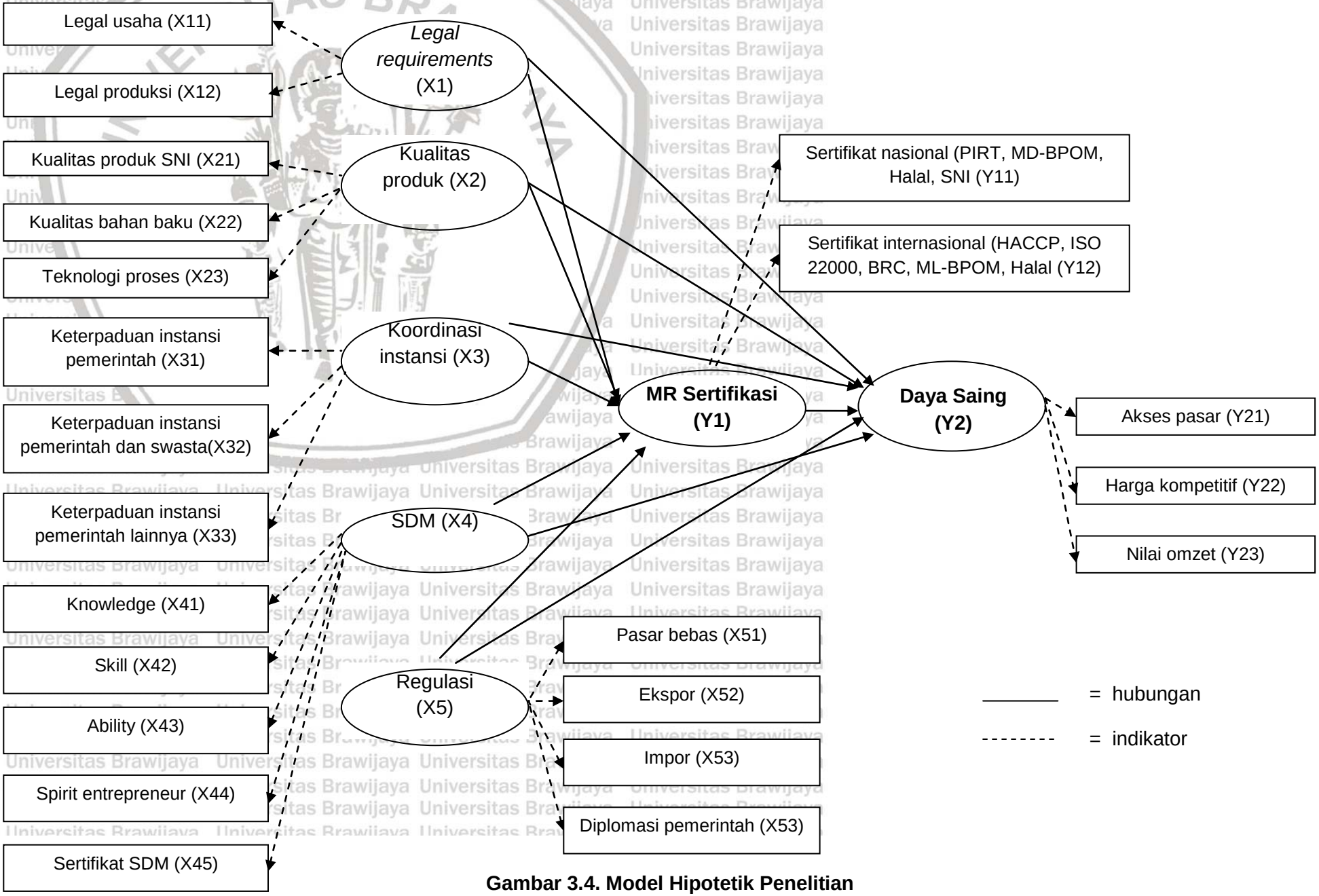
saing produk UKM PHP Indonesia lebih baik dibandingkan dengan negara-negara di ASEAN, sehingga nilai ekspor produk UKM PHP meningkat, pendapatan domestik negara meningkat, dan secara berkelanjutan meningkatkan penyerapan tenaga kerja yang sekaligus mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

Dari telaah teori dan hasil penelitian dari peneliti terdahulu maka dapat disusun kerangka konsep penelitian seperti dapat dilihat pada Gambar 3.3.

Sedangkan konsep yang dikembangkan peneliti berdasarkan observasi dan kajian literatur dapat dijelaskan sebagai model hipotetik seperti pada Gambar 3.4.



Gambar 3.3. Kerangka Konsep Penelitian Daya Saing UKM PHP Melalui Sertifikasi



Gambar 3.4. Model Hipotetik Penelitian

3.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Market requirements sertifikasi adalah mediator variabel yang kuat dari variabel *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi, menuju daya saing produk UKM PHP.

b. Diduga strategi UKM PHP dalam menuju daya saing adalah strategi agresif.

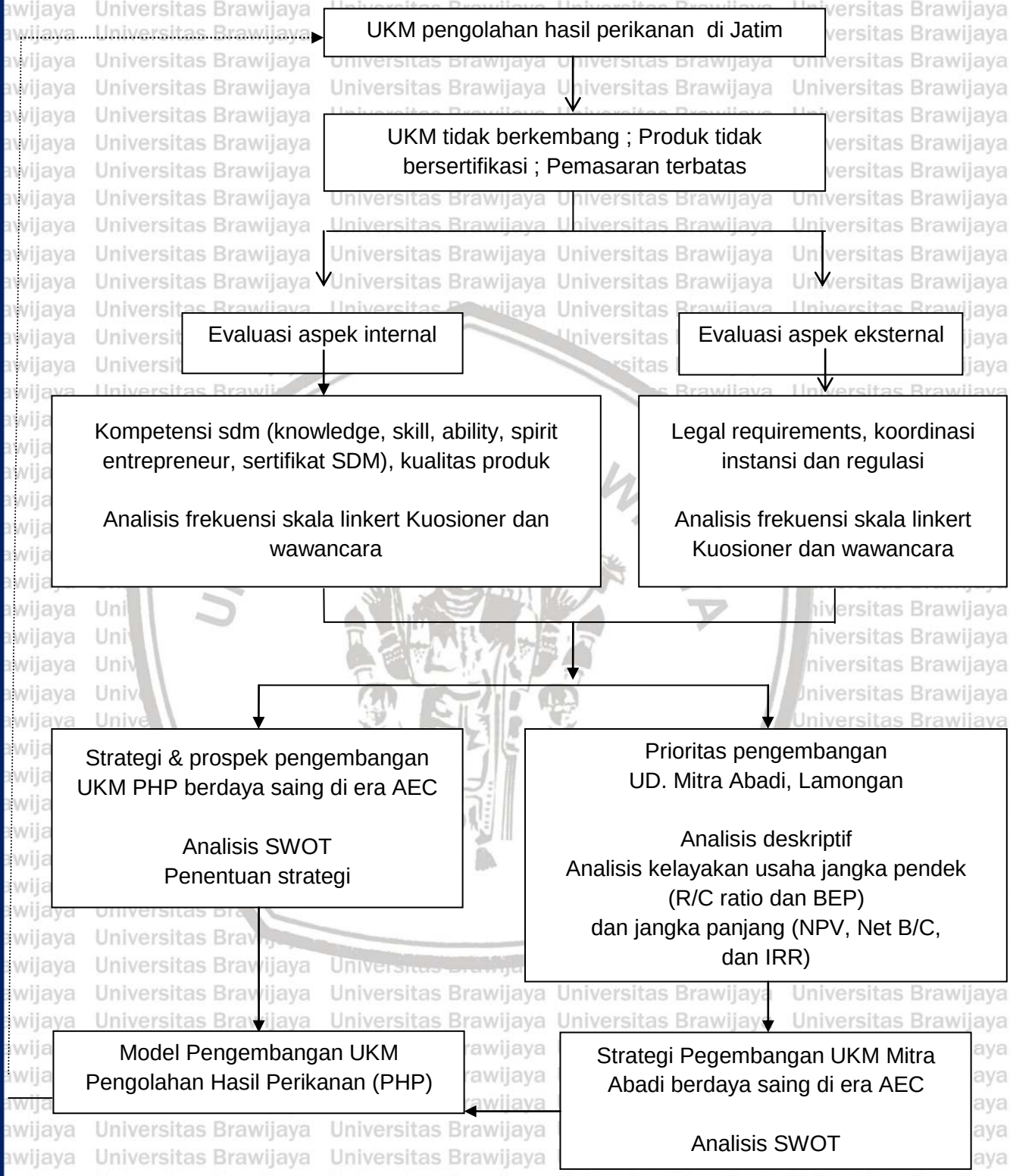
Adapun hipotesa statistik dari hipotesa poin a. adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis 1: pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi diduga berpengaruh terhadap pemenuhan *market requirements*: sertifikasi UKM PHP.

2) Hipotesis 2: pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi melalui pemenuhan *market requirements*: sertifikasi UKM PHP diduga berpengaruh terhadap daya saing UKM PHP.

3.4. Kerangka Analisis Penelitian

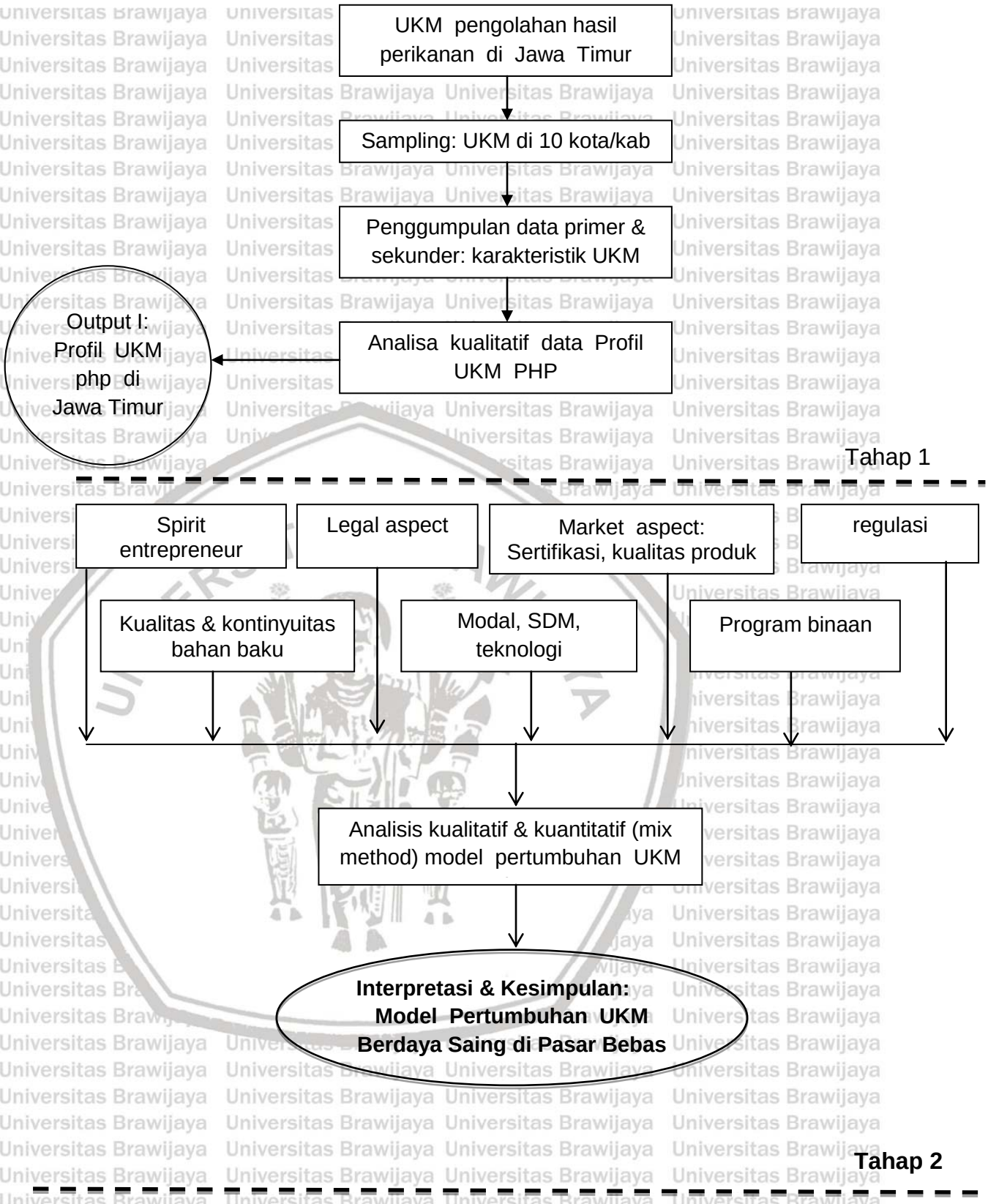
Berdasarkan tujuan penelitian, kerangka teori dan konseptual penelitian, maka analisis yang diperlukan meliputi analisis deskriptif dan PLS – SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modelling), serta SWOT untuk menetapkan strategi dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap daya saing UKM PHP di pasar regional ASEAN. Dasar analisis SEM adalah analisa *loading factor* dan analisis *regression weight*. Dalam hal ini dilakukan analisis frekuensi relatif, rata-rata hitung, nilai maksimum dan minimum dari variabel, indikator maupun item-item penelitian. Kerangka analisis data penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.5.

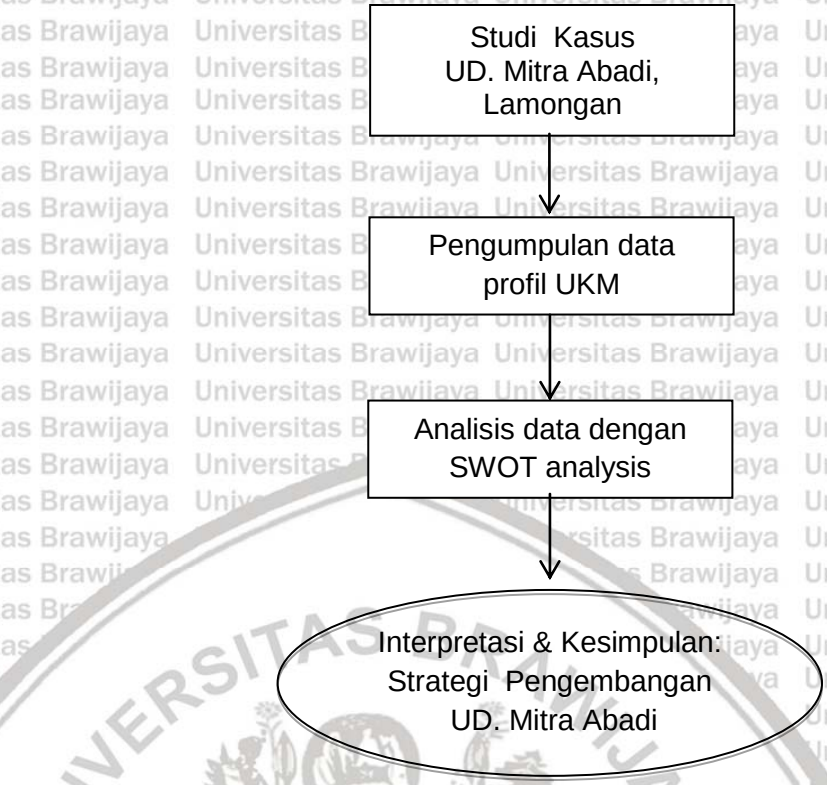


Gambar 3.5. Kerangka Analisis Penelitian

3.5. Kerangka Operasional Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan secara *cross sectional* melalui analisis data sekunder dan survei kepada para pelaku UKM PHP yang meliputi 10 Kabupaten dan Kota di Jawa Timur. Responden dalam penelitian ini adalah para pelaku UKM PHP yang muncul dari tahap analisis data sekunder. Kerangka operasional 3 tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.6.


UKM pengolahan hasil perikanan di Jawa Timur
Sampling: UKM di 10 kota/kab
Penggumpulan data primer & sekunder: karakteristik UKM
Analisa kualitatif data Profil UKM PHP
Output I: Profil UKM php di Jawa Timur
Tahap 1
Spirit entrepreneur
Legal aspect
Market aspect: Sertifikasi, kualitas produk
regulasi
Kualitas & kontinyuitas bahan baku
Modal, SDM, teknologi
Program binaan
Analisis kualitatif & kuantitatif (mix method) model pertumbuhan UKM
Interpretasi & Kesimpulan: Model Pertumbuhan UKM Berdaya Saing di Pasar Bebas
Tahap 2



Gambar 3.6. Kerangka Operasional Penelitian

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
Universitas Brawijaya

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian peran produk UKM pengolahan hasil perikanan bersertifikasi di pasar regional ASEAN merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode pendekatan *survey* yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan akurat suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual. Penelitian dilakukan dengan pengamatan dan pemantauan secara langsung pada obyek dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dalam bentuk angka-angka, meskipun terdapat juga data kualitatif sebagai pendukungnya, seperti hasil wawancara antara peneliti dan responden. Penelitian kuantitatif mengambil jarak antara peneliti dengan obyek yang diteliti. Penelitian kuantitatif menggunakan instrumen-instrumen formal, standar dan bersifat mengukur (Sukmadinata, 2006:95).

Penelitian ini adalah permasalahan asosiatif, yaitu suatu pertanyaan peneliti yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Ada variabel *independent* atau bebas, dan variabel *dependent* atau tergantung.

Variabel bebas dipilih sesuai pertimbangan berdasarkan kondisi empiris, kegiatan produsen produk-produk UKM PHP wilayah pesisir, kemampuan peneliti, ketersediaan teori pendukung, dan karakteristik daerah penelitian (Supranto, 2004). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

(1) Pemenuhan *legal requirements* (X1)
(2) Kualitas produk (X2)
(3) Koordinasi instansi (X3)
(4) Sumberdaya manusia – SDM (X4)
(5) Regulasi (X5)

Adapun variabel tergantung dalam penelitian ini adalah:

a) Y1, yaitu pemenuhan *market requirements*: sertifikasi usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) yang ditentukan dengan mengukur pemenuhan *legal requirements* (X1), kualitas produk (X2), koordinasi instansi (X3), sumberdaya manusia (SDM) (X4) dan regulasi (X5) terhadap daya saing produk UKM-PHP.

b) Y2, yaitu daya saing usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) yang ditentukan dengan mengukur pemenuhan market requirements : sertifikasi usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) (Y1), dan indikator tak langsung adalah pemenuhan *legal requirements* (X1), kualitas produk (X2), koordinasi instansi (X3), sumberdaya manusia (SDM) (X4) dan regulasi (X5).

Definisi Operasional Variabel

(1) Definisi operasional pemenuhan *legal requirements* (X1)

Legal requirements dimaksud adalah kepemilikan dokumen legal untuk usaha (meliputi: SIUP, TDP, TDI, merk ; termasuk di dalamnya adalah kepemilikan dokumen HO dan IMB) dan dokumen legal untuk produksi (meliputi: SKP dari DKP, dan lolos audit sarana dari BPOM). *Legal requirements* yang harus dipenuhi pelaku UKM di awal pengembangan operasional adalah pedoman Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab IV, Pasal 36 ayat 2, menjelaskan bahwa bukti legalitas usaha untuk Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah adalah (1) surat izin usaha; (2) tanda bukti pendaftaran; atau tanda bukti pendataan.

(2) Definisi operasional kualitas produk (X2)

Kualitas produk dimaksud adalah prosentase kesesuaian kualitas produk akhir menurut SNI yang diterbitkan oleh BSN. Untuk produk bakso ikan beku menggunakan acuan SNI 7266-2014, sementara untuk produk ikan kering, krupuk ikan, dan lainnya menggunakan SNI terkait. Sedangkan kualitas bahan baku dan teknologi proses adalah persepsi responden terhadap kualitas abhan baku dan teknologi proses yang digunakan.

(3) Definisi operasional koordinasi antar instansi (X3)

Koordinasi antar instansi dimaksud adalah persepsi responden terhadap keterpaduan koordinasi antara instansi pemerintah seperti Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP), Departemen Kesehatan (Depkes), DISPERDAGIN, BPOM dan POLRI; keterpaduan antara instansi pemerintah dan swasta ; keterpaduan antara instansi pemerintah dengan instansi lain seperti Perguruan Tinggi dan BUMN.

(4) Definisi operasional kompetensi SDM (X4)

Kompetensi SDM dimaksud adalah persepsi responden terhadap kompetensi sumberdaya manusia yang diukur dari pengetahuan (*knowledge*), ketrampilan (*skill*) dan kemampuan (*ability*) nya, spirit entrepreneur, dan program binaan yang pernah didapatkan.

Mathis dan Jackson (2002) menjelaskan kompetensi sdm UKM itu memfokuskan pada tiga hal pokok yaitu : pengetahuan (*knowledge),* keterampilan (*skill)* dan kemampuan (*ability).* Pengetahuan merupakan penguasaan ilmu dan teknologi yang dimiliki seseorang, dan diperoleh melalui proses pembelajaran serta pengalaman selama kehidupannya, indikatornya dalam hal ini adalah pengetahuan manajemen bisnis, pengetahuan produk atau jasa, pengetahuan tentang konsumen, promosi dan strategi pemasaran.

Sementara keterampilan *(skill)* adalah kapasitas khusus untuk memanipulasi suatu objek secara fisik, dengan indikator meliputi: keterampilan produksi, berkomunikasi, kerjasama dan organisasi, pengawasan, keuangan, administrasi dan akuntansi. Sedang kemampuan *(ability)* adalah kapasitas seorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan, indikatornya meliputi: kemampuan mengelola bisnis, mengambil keputusan, memimpin, mengendalikan, berinovasi, situasi dan perubahan lingkungan bisnis.

(5) Definisi operasional regulasi (X5)

Dukungan regulasi dimaksud adalah persepsi responden terhadap keberadaan regulasi terkait pasar bebas ; regulasi ekspor dan impor ; regulasi / diplomasi pemerintah untuk pengembangan UKM PHP.

(6) Definisi operasional pemenuhan *market requirements*: sertifikasi (Y1)

Pemenuhan *market requirement* : sertifikasi ; dimaksud adalah kepemilikan sertifikat layak edar skala nasional seperti PIRT, MD-BPOM, HALAL dan SNI ; dan kepemilikan sertifikat layak edar skala internasional seperti HACCP, ISO, dan ML-POM. Seperti disebutkan dalam Bank Sigfried (2011) dari CBI bahwa sertifikasi layak edar menjadi *market requirement* utama untuk produk bisa berpenetrasi ke pasar global dan internasional.

(7) Definisi operasional daya saing produk UKM PHP (Y2)

Daya saing UKM PHP dimaksud adalah akses pasar, harga kompetitif dan nilai omzet (Sukesi, et al., 2013)

4.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mencakup kegiatan di 126 UKM PHP Jawa Timur, untuk pengambilan data primer. Berdasarkan verifikasi dan validasi di lapangan yang bekerjasama dengan Diskanla Propinsi Jawa Timur pada pertengahan tahun 2015, UKM PHP tersebut tersebar di 15 kota dan kabupaten di Jawa Timur

termasuk Madura. Dengan keterbatasan waktu, dana dan sumberdaya maka penelitian tahap pertama dan kedua ini difokuskan pada UKM PHP yang berlokasi di 10 kota dan kabupaten pesisir Jawa Timur, yaitu: Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, Tuban, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi, Malang, dan Pacitan. Selanjutnya pada tahap ketiga studi kasus difokuskan pada salah satu UKM di Paciran, Lamongan, yaitu UD. Mitra Abadi. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 12 bulan yang terbagi dalam beberapa tahap kegiatan sejak bulan Juli 2016 - Juni 2017, dengan rincian waktu penelitian tersaji pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Alokasi Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan ke											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Penelitian Tahap 1												
Persiapan, survey lapangan	X											
Penetapan sampel	X											
Penyusunan & verifikasi kuesioner		X										
Pengumpulan data, analisis, studi literatur		X	X	X								
Penyusunan profil UKM				X								
Seminar, publikasi					X	X						
Penelitian tahap 2												
Survey lapangan					X							
Pengumpulan data, analisis, studi literatur						X	X	X				
Penyusunan model								X				
Seminar, publikasi									X			
Penelitian tahap 3												
Survey lapangan									X			
Observasi dan wawancara										X	X	
Analisis data, studi literatur											X	X
Perumusan strategi pengembangan												X
Laporan penelitian												X

Bulan ke-1 adalah bulan Oktober 2016

4.3. Metode Pengambilan Sampel

Populasi daerah penelitian mencakup 10 kota dan kabupaten pesisir di Jawa Timur. Sampel yang diambil harus bersifat representatif, karena apa yang

dipelajari dari sample tersebut kesimpulannya akan diberlakukan untuk keseluruhan populasi tersebut (Mudrajat: 2003). Sementara Cooper dan Emory (1996:206) menyatakan bahwa pengambilan sampel dalam jumlah banyak belum tentu memberikan hasil estimasi yang lebih baik dibandingkan dengan pengambilan sampel dalam jumlah yang lebih kecil atau suatu populasi. Besarnya sampel yang diambil tergantung pada besarnya presisi estimasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Ghozali (2008) menjelaskan bahwa PLS adalah metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel). Selanjutnya Nazir (1988) menyatakan bahwa tidak mungkin seorang peneliti dapat meneliti dan mengobservasi seluruh jumlah obyek yang diteliti sebagai populasi. Oleh karena itu, penelitian akan dilakukan pada sebagian populasi (sampel). Besar sample ditentukan berdasarkan rumusan penentuan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N\,(d)^2 + 1}$$

Dimana: n = Jumlah sampel
N = Ukuran populasi
d = Presisi yang ditetapkan
1 = Angka konstanta

Dengan presisi sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%, sehingga dalam penelitian tersebut mempunyai ketepatan dan ketelitian standar kesalahan yang rendah. Jumlah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) pengolahan ikan menurut sumber online BAPPEDAPROV Jatim adalah 11.600. Dari jumlah tersebut sekitar 30% terkategori Usaha Kecil dan Menengah, atau sekitar 3.480 unit usaha. Selanjutnya dari telaah data sekunder UKM yang memenuhi kriteria penelitian adalah 184 UKM. Berdasarkan jumlah sampel tersebut, maka nilai N

(populasi) sebesar 184 responden UKM yang tersebar di kota / kabupaten di Jawa Timur, maka untuk menentukan jumlah responden tersebut dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N\,(d)^2 + 1} = \frac{184}{184\,(0{,}05)^2 + 1} = 126 \text{ responden}$$

Artinya 126 UKM tersebut nantinya terdapat dan mewakili15 kota/kabupaten di wilayah Jawa Timur.

Data yang diambil dari responden secara tidak acak atau *non random sampling*, dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dari semua kelompok masyarakat pengolah ikan, teknik ini digunakan karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti (Nazir, 1988). Adapun kriteria UKM yang digunakan sebagai kelompok responden adalah dengan persyaratan: (1) pemilik usaha pengolahan hasil perikanan yang telah berdiri minimal 2 tahun; (2) pemilik dari usaha yang memiliki hasil penjualan minimal Rp 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) dan maksimal Rp 2.000.000.000,00 (dua miliyar rupiah) dalam setahun, dan kekayaan bersih maksimal Rp 950.000.000,00 (sembilan ratus lima puluh juta rupiah); (3) pemilik dari usaha yang memiliki tenaga kerja maksimal 19 orang; (4) pemilik dari UKM PHP yang memproduksi olahan ikan yang tahan lebih dari seminggu dan berpotensi masuk pasar ekspor.

4.4. Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berbentuk data primer dan sekunder. Dalam data primer pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisoner dan wawancara dengan responden. Adapun metode yang digunakan adalah:

(1) Metode percakapan secara langsung dengan responden dengan maksud bila ada responden yang kurang jelas dalam menanggapi kuisoner bisa dijelaskan kembali.

(2) Metode kuesioner yang merupakan teknik penyebaran daftar pertanyaan pada seluruh responden yang terpilih. Daftar pertanyaan tersebut disediakan beberapa alternatif jawaban yang telah diarahkan, dan disesuaikan dengan pokok masalah dan tujuan penelitian. Untuk itu akan digunakan skala likerts (skala 1 – 5) untuk menentukan skor dari masing-masing pertanyaan.

Data primer yang dikumpulkan adalah data yang berhubungan dengan variabel indikator dari masing-masing variabel laten yang dibentuk, antara lain:

(1) Data umum berupa : identitas resonden UKM, status, pendidikan, jenis kegiatan usaha, suku dan agama.

(2) Data variabel: pemenuhan sertifikat, spirit entrepreneur, kondisi sdm, dan lainnya

Sementara untuk data sekunder meliputi data-data: jumlah dan jenis UKM PHP, UKM yang telah berbadan hukum, atau yang telah memiliki sertifikasi legalitas usaha atau ijin edar, atau yang telah memiliki sertifikat produk.

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner terdiri dari daftar pertanyaan yang disampaikan pada responden, data monografi, dan peralatan wawancara dengan responden pemilik UKM PHP dan dengan pejabat terkait. Kuesioner terlampir dalam Lampiran 1.

Selain wawancara terstruktur menggunakan kuesioner, digunakan pula wawancara semi terstruktur yang lebih fleksibel dapat menggali informasi lanjutan lebih mendalam setelah mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang disebutkan sebelumnya. Adapun responden penelitian bisa merupakan seorang individu pelaku UKM, atau *key informan* yang memiliki informasi yang dibutuhkan peneliti,

ataupun kelompok individu dalam hal ini adalah kelompok pengolah yang biasa disebut POKLAHSAR (kelompok pengolah dan pemasar).

4.5. Analisa Data

Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka konseptual penelitian, maka analisis yang diperlukan meliputi analisis deskriptif dan analisis PLS (*Partial Least Square)* untuk melihat pengaruh legal requirements, kualitas produk, koordinasi instalasi, SDM dan regulasi terhadap Daya Saing produk UKM.Terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab digunakannya PLS dalam suatu penelitian. Pertama, PLS merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 100 bisa dilakukan analisis, dan *residual distribution*. Kedua, PLS dapat digunakan untuk menganalisis teori yang masih lemah, karena PLS dapat digunakan untuk prediksi. Ketiga, PLS memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis *series ordinary least square* (OLS) sehingga diperoleh efisiensi perhitungan *olgaritma*. Keempat, pada pendekatan PLS, diasumsikan bahwa semua ukuran *variance* dapat digunakan untuk menjelaskan (Ghozali, 2008). Lebih jauh disebutkan bahwa teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis PLS memerlukan 2 tahap untuk menilai fit model dari sebuah model penelitian, yaitu tahap pengujian model pengukuran dan tahap pengujian model struktural.

4.5.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Tahap pengujian model pengukuran meliputi pengujian *Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas deskriminan dan reliabilitas komposit.

a. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai loading factor masing-masing indikator terhadap konstruknya. Dalam penelitian konfirmatori, maka batas loading factor yang digunakan adalah sebesar 0,5.

b. Validitas Deskriminan (*Descriminant Validity*)

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai discriminant validity yang baik jika nilai kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing konstruk melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya.

c. *Composite Reliability* dan *Crombach's Alpha*

Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari nilai *crombachs Alpha*, nilai *Composite Reliability* dan nilai AVE dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai crombachs alpha melebihi 0,7, nilai composite reliability meliebihi 0,70 dan AVE berada diatas 0,50.

4.5.2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

a. R Square

Model Struktural PLS dapat dinilai dengan melihat nilai R Square setiap variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural tersebut. Interpretasi R Square tersebut sama dengan interpretasi R Square pada analisis regresi biasa. Nilai R Square 0,75; 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali; 2016).

b. Effect Size (f Square / f2)

Dalam analisis PLS, nilai f square (f2) menunjukkan besar pengaruh masing-masing variabel prediktor terhadap variabel endogen. Menurut Cohen

(1988), nilai f square yang diperoleh selanjutnya dapat dikategorikan dalam kategori berpengaruh kecil (f^2 = 0,02), berpengaruh menegah (f^2 = 0,15) dan berpengaruh besar (f^2 = 0,35).

c. Q2 Perdictive Relevance

Dalam analisis PLS, Q^2 menunjukkan kekuatan prediksi model. Nilai Q^2 model sebesar 0,02 menunjukkan model memiliki predictive relvance lemah, nilai Q^2 model sebesar 0,15 menunjukkan model memiliki predictive relvance moderate dan nilai Q^2 model sebesar 0,35 menunjukkan model memiliki predictive relvance kuat. Rumus yang digunakan untuk menghitung Q2 adalah sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots\dots\dots\dots \left(1 - R_k^2\right)$$

Dengan :

k = jumlah variabel endogen

$R_1^2 = R^2$ variabel endogen ke $- 1$

$R_2^2 = R^2$ variabel endogen ke $- 2$

...

$R_k^2 = R^2$ variabel endogen ke $-$ k

d. Uji Goodnes Of Fit Model

Uji *goodness of fit model* PLS dapat dilihat dari nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* jika nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) < 0,10 dan model dinyatakan perfect fit jika nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) < 0,08.

e. Uji Signifikansi

Hasil uji kecocokan model, perhitungan nilai R Square, f square dan Q square menunjukkan bahwa model PLS yang telah dibangun layak digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Variabel eksogen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen

H1 : Variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen

Dengan taraf signfikan 0,05 maka Ho akan ditolak jika nilai P value < 0,05 dan t hitung > 1,96, sedangkan jika nilai p value > 0,05 dan t hitung < 1,96 maka Ho tidak ditolak. Dari hasil uji signifikansi tersebut selanjutnya juga dapat diketahui arah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. Arah hubungan tersebut dapat diketahui dari nilai original sampel masing-masing hubungan pengaruh. Apabila arah hubungan pengaruh bertanda positif maka pengaruh variabel eksogen terhadap endogen adalah positif/searah sedangkan apabila original sampel bertanda negatif maka arah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah berlawanan.

4.6. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis Kelayakan Usaha Jangka Pendek

A. *Break Even Point* (BEP)

(1) *Break Even Point* (BEP) Penjualan dalam Unit

Rumus perhitungan BEP unit seperti berikut:

$$BEP\ Unit = \frac{FC}{P - VC}$$

Keterangan:
BEP = Break Even Point (Titik Impas)
Q = Quantities (Produksi)
FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)
VC = Variable Cost (Biaya Variabel)
P = Harga Produk

(Rangkuti, 2006)

(2) *Break Even Point* (BEP) Harga

$$BEP\ Rupiah = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{TR}}$$

Keterangan:
BEP = Break Even Point (Titik Impas)
TR = Total Revenue (Penerimaan)
FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)
VC = Variable Cost (Biaya Variabel)

B. R/C RATIO

Menurut Soekartawi (2002), *R/C Ratio (Return Cost Ratio)* merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya, yang secara matematik dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$R / C = P_Q \cdot Q / (TFC+TVC)$$

Keterangan:
R = penerimaan
C = biaya
P_Q = harga output
Q = output
TFC = biaya tetap *(fixed cost)*
TVC = biaya variabel *(variable cost)*
Ada tiga kriteria dalam *R/C ratio*, yaitu:
R/C rasio > 1, maka usaha tersebut efisien dan menguntungkan
R/C rasio = 1, maka usahatani tersebut BEP
R/C rasio < 1, maka tidak efisien atau merugikan

Analisis Kelayakan Usaha Jangka Panjang

A. NPV (*Net Present Value*)

Rumus NPV dalam analisis proyek dituliskan sebagai berikut.

$$\text{NPV} = \sum_{t=0}^{n} \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$$

Keterangan:
Bt = *Benefit* (penerimaan usahatani pada tahun ke-t)
Ct = *Cost* (biaya usahatani pada tahun ke-t)
n = umur ekonomis proyek (10 tahun)
i = tingkat suku bunga yang berlaku (14%)

Suatu proyek dikatakan layak untuk dilakukan bila menghasilkan NPV > 0. Bila NPV ≤ 0, maka proyek tersebut tidak layak untuk dijalankan.

B. IRR (*Internal Rate of Return*)

IRR dirumuskan sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2}(i_2 - i_1)$$

Keterangan:
NPV1 = NPV yang bernilai positif
NPV2 = NPV yang bernilai negatif
I1 = tingkat suku bunga saat menghasilkan NPV yang bernilai positif
I2 = tingkat suku bunga saat menghasilkan NPV yang bernilai negatif

Suatu proyek akan dipilih bila nilai IRR yang dihasilkan lebih tinggi daripada tingkat suku bunga yang berlaku (IRR > *social discount rate*). Bila IRR < *social discount rate* menunjukkan bahwa modal proyek akan lebih menguntungkan bila didepositokan di bank dibandingkan bila digunakan untuk menjalankan proyek.

C. B/C RATIO(*Benefit Cost Ratio*)

Rumusan yang digunakan adalah:

$$Net\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^{n} \frac{Ct - Bt}{(1+i)^t}}$$

Keterangan:

Bt = *Benefit* (penerimaan kotor pada tahun ke-t)
Ct = *Cost* (biaya kotor pada tahun ke-t)
n = umur ekonomis proyek
i = tingkat suku bunga yang berlaku
Kriteria yang dapat diperoleh dari penghitungan *Net B/C* antara lain:
Net B/C > 1, maka usahatani menguntungkan;
Net B/C = 1, maka usahatani tidak menguntungkan dan tidak merugikan;
Net B/C < 1, maka usahatani merugikan

4.7. Metode Analisis SWOT

Pada penelitian tahap ketiga dilakukan analisis SWOT yang akan mendeskripsikan berbagai kelebihan, kelemahan, peluang, ancaman, dan strategi. Metode SWOT digunakan untuk merumuskan secara kualitatif dan holistik baik

lingkungan internal maupun eksternal obyek yang diamati. Secara internal, analisis akan menjelaskan secara rinci aspek kekuatan *(strength)* dan kelemahan *(weak)* usaha UKM. Secara eksternal, analisis ini akan menjelaskan secara rinci aspek peluang *(opportunity)* dan tantangan *(threat)* yang dihadapi UKM. Sehingga dapat dihasilkan perumusan strategi dalam meminimalisir atau menyelesaikan suatu permasalahan.

Rangkuti (2006) menyebutkan bahwa tahap pengumpulan data untuk analisis SWOT adalah kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis. Pada tahap ini data terbagi atas data eksternal dan data internal. Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan di luar sumberdaya, seperti *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi antar instansi yang terkait baik pemerintah maupun swasta, dan regulasi. Sementara data internal adalah data-data dari profile sumberdaya manusia, seperti knowledge, ability, spirit entrepreneur dan pembinaan sumberdaya manusia. Model yang digunakan dalam tahap ini terdiri dari matriks faktor strategi eksternal atau EFAS dan matriks faktor strategi internal atau IFAS.

External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)

EFAS merupakan rangkuman dari analisis faktor strategis aspek eksternal yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor eksternal yang berpengaruh pada UKM dalam kerangka peluang/*Opportunity* (O) dan ancaman/*Threat* (T) sumberdaya dan menuangkannya dalam bentuk matriks. Tabel 4.2. menunjukkan perumusan faktor – faktor tersebut yang dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1) Dalam kolom 1 disusun beberapa variabel peluang dan ancaman (5-10 variabel)
2) Kemudian diberi penilaian bobot masing-masing variabel dalam kolom 2 mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Variabel tersebut adalah yang kemungkinan dapat memberi dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh

bobot harus sebesar maksimum 1,0. Pada tahap ini untuk menghilangkan pengaruh subyektifitas dari peneliti maka bisa dilakukan *Focus Group Discussion* untuk mendapatkan obyektifitas penentuan bobot setiap variabel.

3) Rating dalam kolom 3 dihitung untuk masing-masing faktor tersebut terhadap kondisi yang ada. Pemberian rating untuk faktor 0 bersifat positif, dimana bila peluang makin besar maka diberi nilai +4 tetapi jika peluangnya kecil diberi nilai 1.

Pemberian nilai rating T adalah kebalikannya. Misalnya jika ancamannya sangat besar nilainya adalah 1, sebaliknya jika ancamannya kecil nilainya adalah 4.

4) Kemudian bobot pada kolom 2 dikalikan dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh skor pembobotan pada kolom 4 untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0-1,0.

Selanjutnya dijumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memproleh total skor pembobotan bagi pengembangan usaha UKM. Nilai total ini menunjukkan bagaimana pengembangan usaha bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)

IFAS merupakan rangkuman dari analisis faktor strategis aspek internal yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor internal yang berpengaruh pada UKM dalam kerangka Kekuatan / Strength (S) dan Kelemahan / Weakness (W) sumberdaya dan menuangkannya dalam bentuk matriks. Tabel 4.4. menunjukkan perumusan faktor faktor tersebut yang dapat dilakukan dengan tahapan seperti pada matriks EFAS. Hanya bahwa variabel Oppotunity (O) diganti Strength (S) dan variabel Threat (T) diganti Weakness (W). Demikian pula bahwa rating untuk faktor kekuatan bersifat positif (kekuatan internal makin besar diberi nilai +4 tetapi jika kekuatannya kecil diberi rating 1). Dan pemberian nilai rating kelemahan adalah kebalikannya. Misalnya jika kelemahannya sangat besar ratingnya adalah 1, sebaliknya jika kelemahannya sedikit ratingnya 4. Sehingga nilai total pada kolom 4 menunjukkan

bagaimana pengembangan usaha pengolahan ikan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Tabel 4.3. EFAS untuk Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan

Variabel Peluang (Oppotunity)	Bobot	Rating	Skor
1. Ketersediaan bahan baku di sekitar lokasi usaha dengan harga relatif murah 2. Jumlah penduduk besar sebagai pangsa konsumen produk olahan 3. Era AEC memudahkan produk menembus negara ASEAN dengan harga kompetitif karena melimpahnya bahan baku 4. Program Pemerintah dari berbagai Dinas dan Perguruan Tinggi untuk binaan produksi dan pasar. 5. Jarak dan infrastruktur dari lokasi usaha ke sumber bahan baku pelabuhan dan pasar relatif dekat 6. Kelayakan usaha pengolahan ikan menjanjikan 7. Sentimen agama dari mayoritas penduduk muslim menghendaki produk ikan yang halal dan bersertifikasi halal 8. Produk bernilai tambah dan diversifikasi produk beragam			
Variabel Ancaman (Threat)	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1. Kualitas bahan baku terancam penggunaan bahan kimia illegal 2. Jumlah penduduk Indonesia besar terancam sebagai konsumen target utama produk negara ASEAN 3. Era AEC memudahkan produk ASEAN menembus Indonesia 4. Perijinan dan sertifikasi usaha dan produk melibatkan banyak instansi 5. Pasar didominasi produk dari perusahaan menengah dan besar yang bermodal besar untuk sertifikasi, distribusi produk dan promosi melalui media. 6. Hibah dan program Pemerintah sering tidak mengerucut pada sertifikasi usaha dan produk dan penetrasi pasar sesuai tuntutan UKM.			

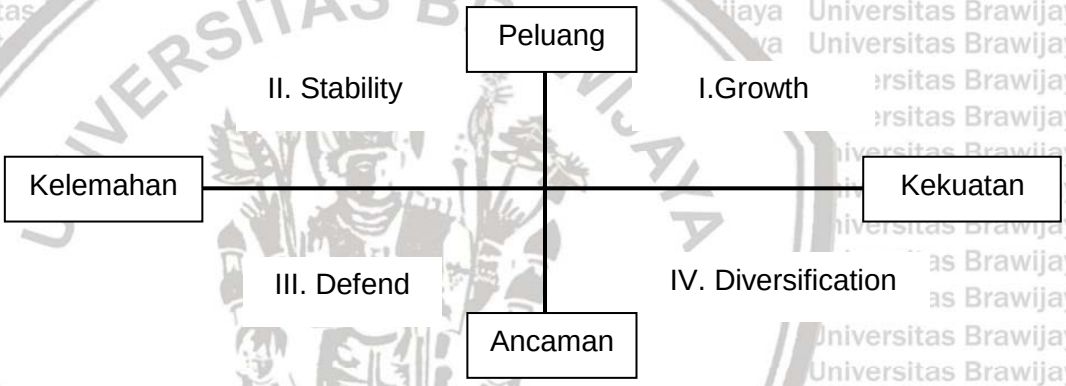
Tabel 4.4. IFAS untuk Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan

Variabel Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Skor
1. Unit usaha telah eksis lebih dari 4 tahun, memiliki status badan hukum UD dan merupakan Poklahsar 2. Tersedia modal usaha yang berbentuk rumah produksi dan beberapa peralatan. 3. Tersedia beberapa peralatan hibah dari Dinas terkait 4. Tenaga kerja relatif murah 5. Mendapatkan dukungan masyarakat sekitar 6. Memiliki spirit pantang menyerah, selalu mencari dan mengejar peluang, jujur, fokus, dan menghindari pertengkaran sesama pengusaha 7. Memiliki ketrampilan produksi dan diversifikasi produk olahan ikan Indonesia dan Taiwanessee 8. Sejak tahun 2015 memiliki coldstorage kapasitas bersih 4 ton hasil kerjasama dengan Dikti- Kemenristek dan Universitas Hang Tuah 9. Telah memiliki sertifikat PIRT dan Halal 10. Memiliki jaringan pasar untuk produk segmen menengah ke bawah, hingga Bali dan Sumatra			
Variabel Kelemahan (Weakness)	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1..Rumah produksi berlokasi di lingkungan pemukiman sehingga menyulitkan mendapatkan HO dan SIUP 2..Masih terhambat mendapatkan sertifikat layak edar BPOM sebagai produsen pangan berbasis ikan dan refrigrasi 3..Bahan baku utama white fish murah bersifat musiman 4..Sarana promosi sederhana 5..Pencatatan administrasi kantor dan keuangan masih sederhana 6..Terbatasnya akses modal usaha 7..Ketrampilan negosiasi dan bisnis ekspor masih rendah 8..Kelembagaan pengelolaan usaha masih rendah			

Setelah pengumpulan semua informasi yang berpengaruh terhadap UKM, maka tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model kuantitatif perumusan strategi dengan menggunakan model matrik SWOT dan matrik Grand Strategi. Matrik SWOT merupakan matrik yang akan menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks analisis SWOT sesuai Tabel 4.4. Sedang matriks Grand Strategi merupakan matrik yang menggambarkan situasi pengembangan usaha UKM berada pada kuadran SO, WO, ST ataukah WT (Gambar 4.2.).

Tabel 4.5. Model Matrik SWOT

Intern Faktor (IFAS) / Extern Faktor (EFAS	Strength (S) Tentukan Faktor Kekuatan Internal	Weakness (W) Tentukan Faktor Kelemahan Internal
Oppurtunities (O) Tentukan Faktor Peluang Eksternal	Strategi SO Menciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi ST Menciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman



Gambar 4.2. Diagram Kartesius SWOT
(Kuncoro (2005) *dalam* Arief R et al (2012))

Perumusan strategi yang tepat dalam berbagai kondisi adalah sebagai berikut:

1) Kuadran I, merupakan kondisi yang sangat menguntungkan, yaitu sistem memiliki kekuatan dan peluang yang baik
2) Kuadran II, sistem memiliki peluang yang baik, namun terkendala kelemahan internal. Strategi yang tepat adalah meminimalkan masalah-masalah internal, sehingga dapat merebut peluang eksternal dengan lebih baik

3) Kuadran III, kondisi yang sangat tidak menguntungkan. Strategi yang tepat adalah strategi defensif, yaitu dengan meminimalkan kerugian-kerugian yang akan timbul.

4) Kuadran IV, sistem memiliki kekuatan namun menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang tepat adalah strategi diversifikasi, yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Pengujian Model

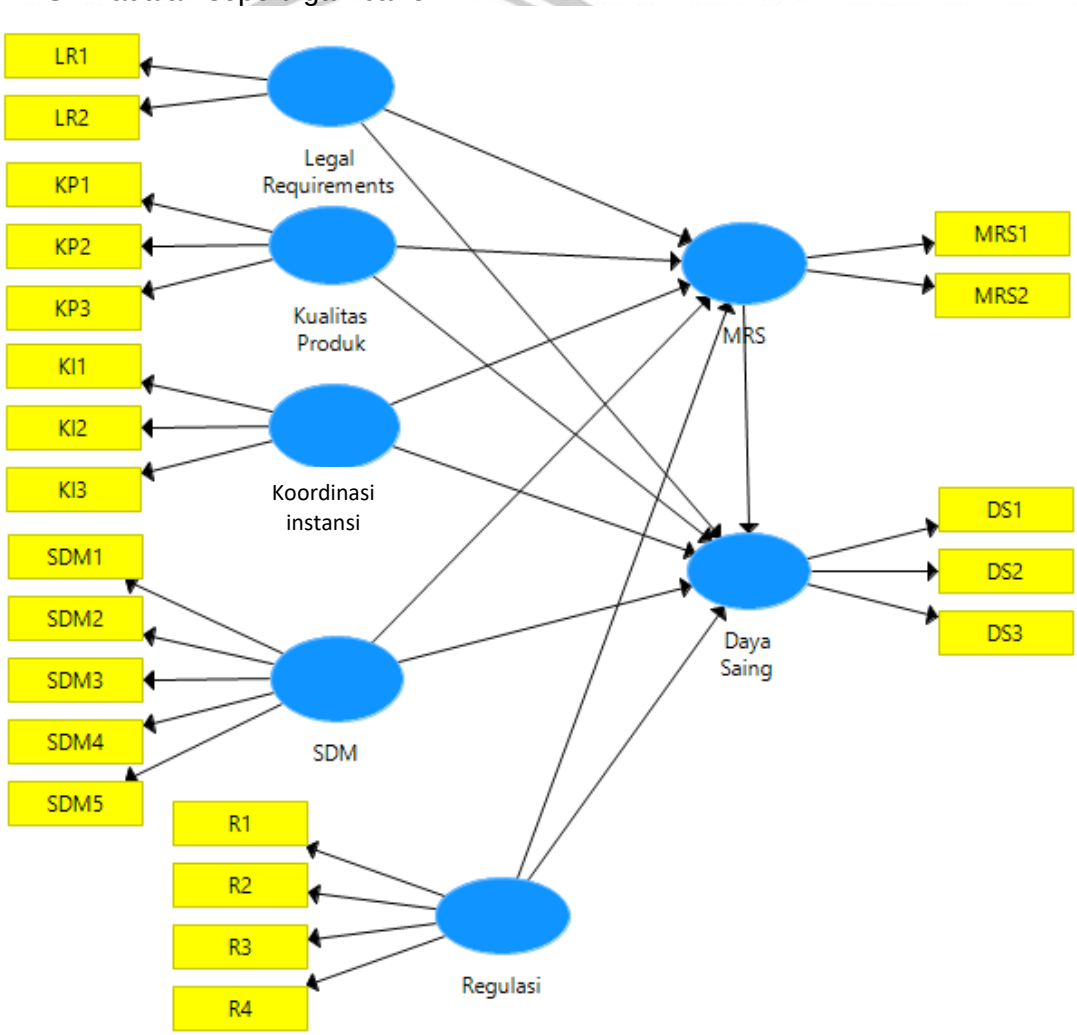
Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka konseptual penelitian, maka analisis yang diperlukan meliputi analisis deskriptif dan analisis PLS (*Partial Least Square)* untuk melihat pengaruh legal requirements, kualitas produk, koordinasi instalasi, SDM dan regulasi terhadap Daya Saing produk UKM. Terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab digunakannya PLS dalam penelitian ini. Pertama, bahwa PLS merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 100 bisa dilakukan analisis dan *residual distribution.* Kedua, PLS dapat digunakan untuk menganalisis teori yang masih dikatakan lemah, karena PLS dapat digunakan untuk prediksi. Ketiga, PLS memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis *series ordinary least square* (OLS) sehingga diperoleh efisiensi perhitungan *olgaritma*. Keempat, pada pendekatan PLS, diasumsikan bahwa semua ukuran *variance* dapat digunakan untuk menjelaskan (Ghozali, 2008). Metode PLS menjelaskan bahwa analisis bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel).

Hipotesis statistik adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis 1: variabel *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi diduga berpengaruh terhadap variabel *market requirements*: sertifikasi usaha kecil menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan (PHP)
2) Hipotesis 2: variabel *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi melalui variabel *market requirements*: sertifikasi usaha kecil menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan (PHP)

diduga berpengaruh terhadap daya saing usaha kecil menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan (PHP)

Berdasarkan hipotesis tersebut maka dikembangkan kerangka model penelitian, kemudian model PLS dibangun dalam beberapa tahapan, yaitu: (1) model pengukuran (*outer model*); (2) uji *goodness of fit model* dan (3) evaluasi model struktural (*inner model*) (Jogiyanto, 2011). Dengan mengacu pada kerangka model yang dibuat, maka model PLS yang dibangun dalam analisis PLS ini adalah seperti gambar 5.1.



Gambar 5.1. Spesifikasi Model PLS

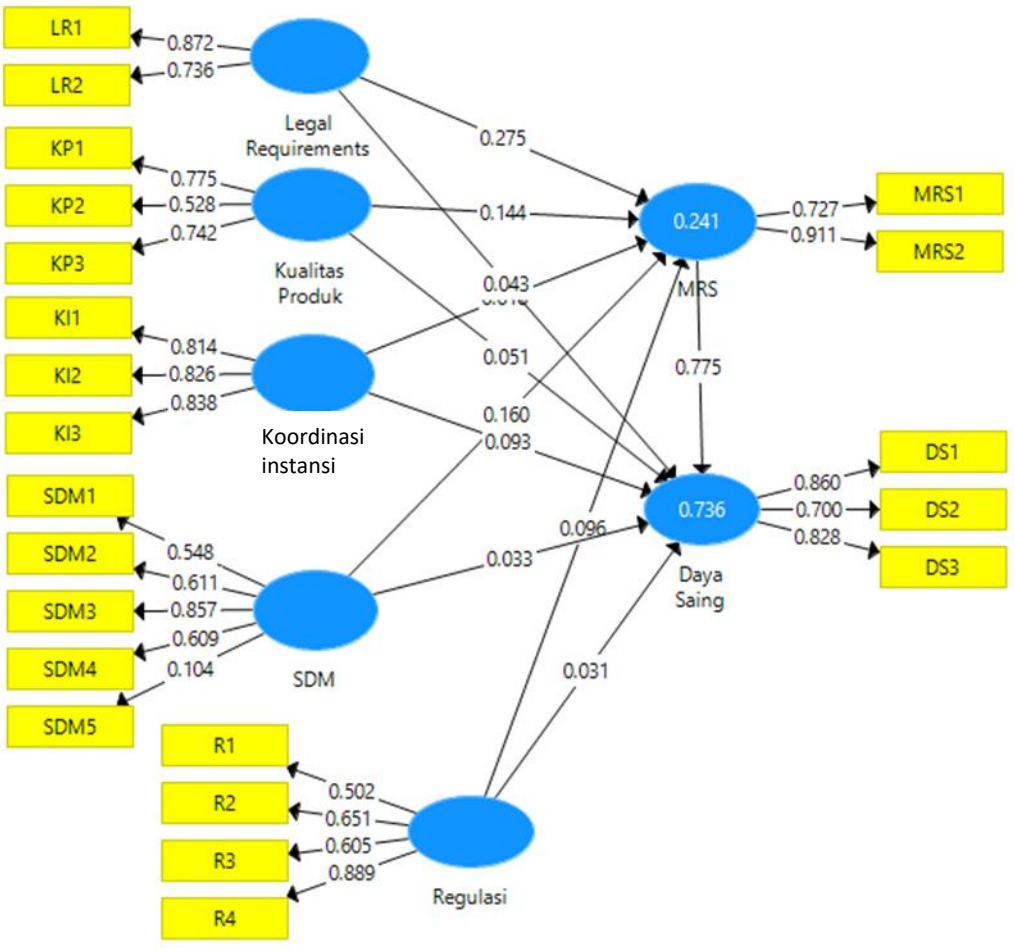
Keterangan:
LR 1: Legal Requirement : Ownership of company legal doc
LR 2: Legal requirement : Ownership of production elg doc
KP 1: Kualitas produk : Product quality as national standar
KP 2: Kualitas Produk : Raw material quality
KP 3: Kualitas Produk : Process technology
KI 1: Koordinasi Instansi : Agecy Coordination between agency of government
KI 2: Koordinasi Instansi : Agency Coordination between agency & NGO
KI 3: Koordinasi Instansi : Ag. Coord. between another agency of government
SDM 1: Sumberdaya manusia : Knowledge
SDM 2: Sumberdaya manusia : Skill
SDM 3: Sumberdaya manusia : Ability
SDM 4: Sumberdaya manusia : Entrepreneurship spirit
SDM 5: Sumberdaya manusia : Human resource certificate
R 1: Regulasi : Free trade
R 2: Regulasi : Export
R 3: Regulasi : Import
R 4: Regulasi : Government diplomacy
MRS 1: Market requirement sertifikasi: Ownership of national certificate
MRS 2: Market requirement sertifikasi : Ownership of international certificate
DS 1: Daya saing : market access
DS 2: Daya saing : competitive price
DS 3: Daya saing : turnover value

5.1.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tahap pengujian model pengukuran meliputi: (1) pengujian *Convergent Validity*; (2) *Discriminant Validity* dan (3) *Composite Reliability*. Hasil analisis PLS dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, jika seluruh indikator dalam model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen, validitas deskriminan dan reliabilitas komposit (Chin, 1995).

(1) Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap konstruknya. *Loading factor* pengujian penelitian konfirmatori nilai batasnya adalah sebesar 0,5 (Hair *et al*, 2006). Gambar 5.2 menunjukkan hasil estimasi model PLS. Berdasarkan hasil estimasi model tersebut didapatkan indikator SDM 5 memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,5 yang berarti tidak valid dalam mengukur konstruknya, sehingga harus dihapus dari model. Nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap konstruknya dapat dilihat pada Tabel 5.1.



Gambar 5.2. Hasil Estimasi Model PLS Teknik Algorithm

Keterangan:
LR 1: Legal Requirement : Ownership of company legal doc
LR 2: Legal requirement : Ownership of production elg doc
KP 1: Kualitas produk : Product quality as national standar
KP 2: Kualitas Produk : Raw material quality
KP 3: Kualitas Produk : Process technology
KI 1: Koordinasi Instansi : Agecy Coordination between agency of government
KI 2: Koordinasi Instansi : Agency Coordination between agency & NGO
KI 3: Koordinasi Instansi : Ag. Coord. between another agency of government
SDM 1: Sumberdaya manusia : Knowledge
SDM 2: Sumberdaya manusia : Skill
SDM 3: Sumberdaya manusia : Ability
SDM 4: Sumberdaya manusia : Entrepreneurship spirit
SDM 5: Sumberdaya manusia : Human resource certificate
R 1: Regulasi : Free trade
R 2: Regulasi : Export
R 3: Regulasi : Import
R 4: Regulasi : Government diplomacy
MRS 1: Market requirement sertifikasi: Ownership of national certificate
MRS 2: Market requirement sertifikasi : Ownership of international certificate
DS 1: Daya saing : market access
DS 2: Daya saing : competitive price
DS 3: Daya saing : turnover value

Berdasarkan Tabel 5.1. dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki nilai *loading factor* > 0,5, ini menunjukkan bahwa indikator –indikator tersebut valid dalam mengukur konstruknya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model PLS telah memenuhi syarat validitas konvergen (Hair *et al*, 2006).

Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Konvergen Dengan Indikator Valid

	DS	KI	KP	LR	MRS	REG	SDM
DS1	0,860						
DS2	0,700						
DS3	0,828						
KI1		0,814					
KI2		0,826					
KI3		0,838					
KP1			0,775				
KP2			0,528				
KP3			0,742				
LR1				0,872			
LR2				0,736			
MRS1					0,727		
MRS2					0,911		
R1						0,502	
R2						0,651	
R3						0,605	
R4						0,889	
SDM1							0,548
SDM2							0,611
SDM3							0,857
SDM4							0,609

Keterangan:

LR 1: Legal Requirement : Ownership of company legal doc
LR 2: Legal requirement : Ownership of production elg doc
KP 1: Kualitas produk : Product quality as national standar
KP 2: Kualitas Produk : Raw material quality
KP 3: Kualitas Produk : Process technology
KI 1: Koordinasi Instansi : Agecy Coordination between agency of government
KI 2: Koordinasi Instansi : Agency Coordination between agency & NGO
KI 3: Koordinasi Instansi : Ag. Coord. between another agency of government
SDM 1: Sumberdaya manusia : Knowledge
SDM 2: Sumberdaya manusia : Skill
SDM 3: Sumberdaya manusia : Ability
SDM 4: Sumberdaya manusia : Entrepreneurship spirit
R 1: Regulasi : Free trade
R 2: Regulasi : Export
R 3: Regulasi : Import
R 4: Regulasi : Government diplomacy
MRS 1: Market requirement sertifikasi: Ownership of national certificate
MRS 2: Market requirement sertifikasi : Ownership of international certificate
DS 1: Daya saing : market access
DS 2: Daya saing : competitive price
DS 3: Daya saing : turnover value

(2) Validitas Deskriminan (*Descriminant Validity*)

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik, jika nilai kuadrat AVE masing-masing konstruk eksogen melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (Ghozali dan Latan, 2014). Hasil pengujian *discriminant validity* dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2. Validitas Deskriminan

	KI	KP	LR	REG	SDM
KI	0,826				
KP	0,062	0,788			
LR	0,228	0,286	0,807		
REG	0,321	0,346	0,446	1,000	
SDM	0,258	0,169	0,221	0,291	1,000

Dari Tabel 5.2., dapat dilihat bahwa seluruh nilai kuadrat AVE masing-masing konstruk melebihi nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, hal ini menunjukkan bahwa model PLS telah memenuhi syarat validitas deskriminan yang baik.

5.1.2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Chin (2010), Hair *et al.* (2011) dalam Ghozali (2015), evaluasi model struktural (*inner model*) dalam analisis PLS terdiri dari perhitungan Q square predictive relevance, perhitungan R *Square variabel endogen*, dan uji signifikansi model.

(1) Q2 *Predictive Relevance*

Berdasarkan analisis PLS: Q2 menunjukkan kekuatan prediksi model. Nilai Q^2 model sebesar 0,02 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*

lemah, nilai Q^2 model sebesar 0,15 menunjukkan model memiliki *predictive relevance moderate* dan nilai Q^2 model sebesar 0,35 menunjukkan model memiliki *predictive relevance* kuat (Ghozali, 2011).

Tabel 5.5. Nilai Q^2 Model

	SSO	SSE	Q^2 (=1-SSE/SSO)
DS	378,000	223,478	0,409
KI	378,000	378,000	
KP	126,000	126,000	
LR	126,000	126,000	
MRS	126,000	107,031	0,151
REG	126,000	126,000	
SDM	126,000	126,000	

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Q^2 model dengan variabel endogen daya saing adalah sebesar 0,409, hal ini menunjukkan bahwa *full model* PLS memiliki *predictive relevance* kuat, sedangkan nilai Q^2 model dengan variabel endogen *market requirements* sertifikasi adalah sebesar 0,151, hal ini menunjukkan bahwa *full model* PLS tanpa melibatkan daya saing produk hanya memiliki kekuatan prediksi *moderate*, sehingga keterlibatan daya saing produk dalam model sangat penting, artinya daya saing produk harus digunakan dalam model.

(2) Uji *Goodnes Of Fit Model*

Uji *goodness of fit model* PLS dapat dilihat dari nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* jika nilai SRMR < 0,10 dan model dinyatakan *perfect fit* jika nilai SRMR < 0,08 (Kline, 2011). Hasil uji *goodness of fit model* PLS pada Tabel 5.6. berikut menunjukkan bahwa nilai SRMR model PLS adalah sebesar 0,083. Oleh karena nilai SRMR model di bawah 0,10 maka model PLS ini dinyatakan fit, sehingga layak digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Tabel 5.6 Hasil Uji *Goodness of Fit Model*

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,083	0,083
d_ULS	0,457	0,457
d_G1	n/a	n/a
d_G2	n/a	n/a
Chi-Square	Infinite	Infinite
NFI	n/a	n/a

(3) Uji Signifikansi (Uji Pengaruh Parsial)

Hasil uji kesesuaian model dan Q *square* menunjukkan bahwa model PLS yang telah dibangun sesuai untuk menguji hipotesis penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Variabel eksogen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen

H1 : Variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen

Dengan taraf signfikan 0,05 maka Ho akan ditolak jika nilai P value < 0,05 dan t hitung > 1,96, sedangkan jika nilai p value > 0,05 dan t hitung < 1,96 maka Ho tidak ditolak. Dari hasil uji signifikansi tersebut selanjutnya juga dapat diketahui arah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. Arah hubungan tersebut dapat diketahui dari nilai original sampel masing-masing hubungan pengaruh. Apabila arah hubungan pengaruh bertanda positif, maka pengaruh variabel eksogen terhadap endogen adalah positif, sementara jika original sampel bertanda negatif maka arah hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah berlawanan. Hasil uji signifikansi pada taraf signifikan 5% dapat dilihat pada Tabel 5.7 dan diringkas seperti pada tabel 5.8.

Tabel 5.7. Hasil Uji Signifikansi (Uji Pengaruh Parsial) dengan ∝ 5%

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
KI -> DS	0,051	0,049	0,055	0,926	0,355
KI -> MRS	0,108	0,126	0,098	1,109	0,268
KP -> DS	0,023	0,026	0,049	0,463	0,644
KP -> MRS	0,183	0,183	0,078	2,346	0,019
LR -> DS	0,057	0,054	0,048	1,203	0,230
LR -> MRS	0,243	0,236	0,074	3,269	0,001
MRS -> DS	0,816	0,818	0,036	22,702	0,000
REG -> DS	0,116	0,117	0,056	2,065	0,039
REG -> MRS	0,048	0,050	0,115	0,416	0,678
SDM -> DS	-0,006	-0,006	0,038	0,144	0,886
SDM -> MRS	0,195	0,186	0,074	2,630	0,009

Tabel 5.8. Perbandingan Hasil Uji Signifikansi dengan taraf signifikan 1% dan 5%

Jalur	Taraf Signifikan 5%	
	T Statistik	P Value
KI -> DS	0,926	0,355
KI -> MRS	1,109	0,268
KP -> DS	0,463	0,644
KP -> MRS	2,346*	0,019*
LR -> DS	1,203	0,230
LR -> MRS	3,269**	0,001**
MRS -> DS	22,702**	0,000**
REG -> DS	2,065*	0,039*
REG -> MRS	0,416	0,678
SDM -> DS	0,144	0,886
SDM -> MRS	2,630**	0,009**

Keterangan :
*) signifikan pada level 5%
**) signifikan pada level 1%

Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh beberapa hasil sebagai berikut :

1) Nilai signifikan pengaruh variabel koordinasi instansi (KI) terhadap variabel daya saing (DS) tidak signifikan (p > 0,05), yang berarti bahwa koordinasi instansi tidak berpengaruh terhadap daya saing produk. Banyak instansi yang

terlibat dalam pengembangan UKM PHP, seperti KKP, DISPERINDAG, DEPKES, BSN, Perguruan Tinggi Negri / Swasta, BPOM, dan Kemenkuham. Tiap instansi memiliki program pengembangan UKM sesuai matra masing-masing instansi namun dengan tujuan utama sama yaitu mengembangkan UKM yang berdaya saing dalam upaya penciptaan dan penyerapan tenaga kerja serta meningkatkan PDB.

Namun dalam penelitian ini koordinasi instansi tersebut belum memberikan pengaruh pada daya saing. Perlu kiranya peninjauan kembali pada target program yang disusun. Bila mengacu pada daya saing maka target program akan mengarah pada peningkatan akses pasar dan omset UKM, dan bukan sekedar meningkatnya jumlah kelompok pengolah atau UKM dalam masyarakat target. Istilah “daya saing” bahkan telah digunakan secara langsung dalam pembentukan Direktorat di KKP sejak Kabinet RI tahun 2015, yaitu Direktorat yang tadinya bernama Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (P2HP) menjadi Peningkatan Daya Saing Produk Hasil Perikanan (PDSPHP). Hal demikian menunjukkan concern KKP terdapat peningkatan daya saing yang diharapkan diikuti oleh instansi di bawah nya.

2) Nilai signifikan pengaruh variabel koordinasi instansi (KI) terhadap *market requirements* sertifikasi (MRS) tidak signifikan (P > 0,05), yang berarti bahwa koordinasi instansi tidak berpengaruh terhadap *market requirements* sertifikasi. Banyak instansi seperti Disperindag, DKP, Dinas Pertanian dan lainnya telah memiliki program pembinaan UKM untuk produksi, pemasaran, termasuk kemasan dan design. Namun diduga program tersebut belum memiliki target yang berorientasi pada daya saing, yaitu seperti peningkatan omzet UKM, peningkatan volume produksi. Sebagian program masih memiliki target terbentuknya kelompok ataupun meningkatnya jumlah kelompok.

Nuvriasari *et al*. (2015), menjelaskan hasil analisa SWOT penelitian daya saing UKM orientasi pasar, bahwa kekuatan aspek pemasaran UKM antara lain (1) kualitas produk; (2) pengelolaan hubungan pelanggan dan (3) inovasi produk. Penelitian tersebut belum melibatkan variabel koordinasi lembaga atau instansi dalam pembinaan UKM. Demikian pula penelitian Omar and Anas (2014) belum melibatkan variabel koordinasi instansi. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa daya saing pemasaran produk UMKM ditentukan oleh nilai kemasan, desain, dan pelabelan UKM. Merek, kemasan dan desain adalah komitmen atau jaminan kepada pelanggan, serta menggambarkan keunggulan kompetitif dari bisnis perusahaan dibandingkan dengan pesaing.

3) Nilai signifikan pengaruh variabel kualitas produk (KP) terhadap variabel daya saing (DS) tidak signifikan (p > 0,05), yang berarti bahwa kualitas produk tidak berpengaruh nyata terhadap daya saing produk. Kualitas produk UKM PHP belum secara nyata berpengaruh pada daya saing diduga karena pemasaran yang belum meluas sehingga belum bisa dilihat jelas penerimaan produk di pasar. Daya saing dalam penelitian ini diukur dari nilai omset dan akses pasar.

Darmawan (2008), menjelaskan bahwa beberapa faktor dalam peningkatan daya saing produk pangan dalam pasar global antara lain: (1) pelatihan dan penerapan prinsip keamanan pangan, (2) cara mengolah makanan yang benar, (3) penerapan manajemen keamanan pangan, (4) sertifikasi manajemen mutu internasional (ISO 9001 dan ISO 22000). Empat hal tersebut terkait erat dengan kualitas produk akhir. Sementara itu pemasaran UKM haruslah inovatif, fokus pelanggan, fokus pasar dan unik (Awan and Hashmi, 2014). Dalam penelitian tersebut didapatkan bahwa faktor pendukung peningkatan daya saing produk UKM adalah inovatif,

kualitas produk, harga, promosi, dan penempatan. Personil UKM yang terlibat dalam pemasaran harus meyakinkan pelanggan dan mempunyai sikap dan komunikasi yang baik.

4) Nilai signifikan pengaruh variabel kualitas produk (KP) terhadap variabel market requirements sertification (MRS) adalah signifikan (p < 0,05) dengan original sampel bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market requirements* sertifikasi. Hal demikian mudah dipahami mengingat salah satu syarat pencapaian sertifikat layak edar adalah kualitas produk yang baik minimal setara SNI.

Fening (2012), menjelaskan bahwa bahwa jika perusahaan menerapkan praktik mutu produk yang dihasilkan, maka berdampak yang luar biasa terhadap kinerja dan pertumbuhan UKM di wilayah Ghana. Sementara Hanif and Manarvi (2009) menyatakan bahwa strategi utama dalam pengembangan pasar UKM adalah praktek-praktek penerapan kualitas produk dan inovasi.

5) Nilai signifikan pengaruh variabel *legal requirements* (LR) terhadap variabel daya saing (DS) tidak signifikan (p > 0,05) yang berarti bahwa *legal requirements* tidak berpengaruh terhadap daya saing produk. Upaya sertifikasi di tiap lini selalu mempersyaratkan terpenuhinya legal requirements sebagai bukti legalitas UKM secara hukum. Sebagian besar UKM PHP di Jawa Timur telah memenuhi legalitas yang diperlukan seperti SIUP, TDP, TDI, utamanya melalui fasilitasi Disperindag setempat Namun untuk bersaing di pasar regional dibutuhkan pula market requirements seperti sertifikat layak edar PIRT atau MD-BPOM dan SKP – KKP. Sementara untuk sertifikat layak edar tersebut dibutuhkan legal requirements yang lebih kompleks seperti IMB, HO dan uji sarana BPOM yang tidak mudah dipenuhi oleh UKM.

Banyak UKM PHP masih berlokasi di pemukiman penduduk sehingga sulit lolos persyaratan dokumen HO. Demikian pula uji sara BPOM yang merupakan uji penerapan GMP dan SSOP masih dirasakan berat oleh UKM karena harus merubah lay out produksi dan mengadakan atau memperbaiki sarana penunjang kebersihan / kesehatan yang diperlukan agar sesuai standar. Sehingga terpenuhinya legal requirements yang sederhana saja masih belum bisa berpengaruh pada nilai daya saing UKM tersebut.

Sheetal *et al*. (2012) menjelaskan bahwa pemenuhan persyaratan perijinan untuk memproduksi pangan yang aman dan bermutu merupakan langkah strategis dalam peningkatan daya saing UKM. Hal demikian sangat mudah dipahami mengingat daya saing di era perdagangan global sangat kental oleh standarisasi dan sertifikasi.

6) Nilai signifikan pengaruh variabel *legal requirements* (LR) terhadap variabel *market requirements* sertifikasi (MRS) sangat signifikan signifikan ($p < 0,01$) dengan original sampel bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa *legal requirements* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market requirements* sertifikasi. Semakin terpenuhinya *legal requirement* UKM, maka peluang tercapainya *market requirements* sertifikasi makin besar, begitu sebaliknya. Rahayu *et al.* (2012) menjelaskan bahwa pemenuhan persyaratan perijinan untuk memproduksi pangan yang aman dan bermutu merupakan langkah strategis dalam persyaratan aksesibilitas pasar global, dan peningkatan daya saing UKM membutuhkan komitmen, kerja sama yang baik antar instansi pemerintah, industri besar dan pihak terkait lainnya.

Market requirements yang harus dipenuhi UKM meliputi PIRT, SKP, MD-BPOM, Halal dan SNI (dua yang terakhir disebut adalah optional), sedang bila akan meng ekspor produknya maka harus memiliki sertifikat HACCP yang mempersyaratkan sertifikat SKP. Semua sertifikat layak edar tersebut

mempersyaratkan telah dimilikinya sertifikat legalitas UKM seperti SIUP, TDP, TDI. Bahkan untuk SKP dan MD-BPOM mempersyaratkan pula sertifikat HO dan IMB. Maka memang terpenuhinya aspek legalitas UKM berpengaruh nyata pada terpenuhinya market reuirements produk untuk bisa dipasarkan.

Juga Char *et al.* (2010) menjelaskan bahwa hambatan UKM dalam market pasar global adalah kurangnya akses dalam manajemen dan paparan peraturan internasional. Secara legal formal UKM harus membangun brand image di pasar luar negeri agar dapat dilihat oleh pelanggan. Hal tersebut tentu saja hanya dapat dilakukan dengan memenuhi kualitas produk dan syarat mutu lain yang telah ditetapkan termasuk pemenuhan dokumen sertifikat yang dibutuhkan. Disebutkan bahwa seringkali persyaratan tersebut sangat bervariasi di antara negara-negara namun seringkali tidak perlu rumit dan mahal. UKM memang membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mendapatkan informasi yang dapat dipercaya tentang peluang pasar dan peraturan baru yang relevan.

7) Nilai signifikan pengaruh variabel *market requirements* sertifikasi (MRS) terhadap daya saing (DS) sangat signifikan ($p < 0,01$) dengan original sampel bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin terpenuhinya *market requirements* sertifikasi oleh UKM, maka akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing produk UKM PHP di pasar, dan sebaliknya.

Kebanyakan UKM PHP telah memiliki sertifikat layak edar PIRT dan Halal, namun masih sedikit yang memiliki sertifikat SKP dan atau MD-BPOM. Dari yang sedikit itu ternyata telah bisa bisa menunjukkan perbedaan nyata dalam hal daya saing yang diukur melalui nilai omset, akses pasar, dan kompetitif harga. Maka perlu kiranya perhatian lebih dari pihak-pihak terkait untuk

mengembangkan program fasilitasi UKM untuk sertifikasi BPOM. Kenyataan di lapangan banyak UKM menganggap sertifikat BPOM hanya dibutuhkan untuk usaha skala besar. Hal demikian tidak benar. Sesuai Undang –Undang disebutkan bahwa pangan yang dibuat dari bahan daging (sapi, ayam, ikan, babi, lainnya) harus memiliki sertifikat layak edar MD – BPOM. Maka UKM pengolah ikan juga harus memiliki sertifikat ini yang bahkan nantinya akan memudahkan berpenetrasi dan bersaing dengan usaha besar di pasar modern (mini dan hipermarket)yang mempersyaratkan produk bersertifikat BPOM untuk dapat dijual. Karena pihak toko ini tidak bersedia menanggung resiko bila produknya kena razia Pemerintah karena sertifikat tidak lengkap atau tidak sesuai.

Kelompok negara-negara yang tergabung dalam program AFTA tidak lagi hanya melakukan pengurangan tarif impor, dan segala macam hambatan non tarif, namun juga bersama-sama membangun produk yang bersertifikat untuk meningkatkan peluang produk UKM yang berdaya saing dalam meliberalisasi perdagangan (Alijoyo *et al.,* 2003). Sementara itu penelitian tentang UKM di Rumania oleh Ionita *et al.* (2009) mendapatkan bahwa standarisasi kualitas produk UKM merupakan faktor terpenting dalam memastikan daya saing ekonomi. Dengan menerapkan standar manajemen mutu yang merupakan salah satu tuntutan pasar, maka UKM di Rumania mulai dapat bersaing di tingkat domestik dan internasional. Termasuk dalam peningkatan daya saing tersebut adalah peningkatan jaminan kualitas produk, layanan, dan efisiensi pekerjaan.

8)...Nilai signifikan pengaruh variabel regulasi (REG) terhadap variabel daya saing (DS) adalah signifikan ($p < 0,05$) dengan original sampel bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa variabel regulasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing produk. Semakin baik regulasi yang berkaitan dengan UKM dan produk UKM maka semakin tinggi pula daya saing produk, begitu

sebaliknya. Faktor-faktor yang mempengaruhi UKM dalam daya saing dan teknologi di Indonesia antara lain adalah regulasi utama pemilik UKM terkait dengan peraturan tindakan pemerintah seperti hak milik, kekayaan intelektual, penegakan kontrak, perpajakan dan pelaporan keuangan, standar perdagangan, tata kelola perusahaan, hak-hak konsumen, pekerjaan dan kesehatan dan keselamatan, perlindungan lingkungan, tempat dan aturan perencanaan, transportasi dan perlindungan data (Ardjouman and Asma, 2015).

Regulasi yang baik dalam mengatur UKM dan produk UKM akan berperan dalam meningkatkan nilai omset, akses pasar dan kompetitif harga sebagai beberapa indikator daya saing di pasar global. Seperti Peraturan BPOM nomor 26/2018 tentang Pelayanan Perijinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Obat dan Makanan yang menjadikan pengurusan menjadi lebih mudah melalui On line Single Submission atau OSS. Perlu kiranya kemudahan prosedur seperti itu dan kajian serta program lebih lanjut untuk penataan regulasi yang efisien dan mudah bagi UKM.

9). Nilai signifikan pengaruh variabel regulasi (REG) terhadap *market requirements* sertifikasi (MRS) adalah tidak signifikan (p > 0,05), yang berarti bahwa regulasi yang ada terkait UKM PHP tidak berpengaruh terhadap *market requirements* sertifikasi. Beberapa regulasi yang telah dikeluarkan pemerintah dalam upaya pemberdayaan UKM adalah seperti UU No 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Juga PP No 44 tahun 1997 tentang kemitraaan dimana PP ini menjelaskan bahwa kemitraan dilakukan untuk lebih mempercepat perwujudan perekonomian nasional yang mandiri dan andal sebagai usaha bersama atau asas kekeluargaan. sehingga diperlukan upaya-upaya yang lebih nyata untuk menciptakan iklim usaha yang mampu merangsang terselenggaranya kemitraan usaha yang kokoh diantara semua pelaku kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Sesudah itu dikeluarkan pula Kepress dan Peraturan Menteri seperti Keppres No 127 tahun 2001 tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan terbuka pula bagi usaha menengah dan atau usaha besar dengan syarat kemitraan. Lalu Keppres No 56 tahun 2002 tentang restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah di mana dalam Keppres ini bidang/jenis usaha yang mencakup 9 sektor, termasuk sektor kelautan. Keppres No 56 tahun 2002 tentang restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) di mana restrukturisasi kredit adalah upaya yang dilakukan Bank dan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) terhadap kredit UKM agar debitor UKM dapat memenuhi kewajibannya.

Ternyata dukungan berbagai regulasi tersebut belum mampu secara signifikan menggerakkan UKM untuk dapat memiliki market requirements yang diperlukan. Perlu diketahui kiranya apakah sosialisasi regulasi yang kurang ataukah regulasi tersebut belum mewakili kebutuhan UKM PHP. Namun demikian menarik untuk diketahui bahwa regulasi tersebut berpengaruh nyata secara langsung terhadap daya saing, tanpa melalui variabel market requirements, menunjukkan bahwa regulasi yang ada lebih banyak mendukung peningkatan daya saing produk UKM PHP, namun kurang memperhatikan kebutuhan UKM untuk pemenuhan market requirements.

10). Nilai signifikan pengaruh variabel sumberdaya manusia (SDM) terhadap variabel daya saing (DS) adalah tidak signifikan ($p > 0,05$), yang berarti bahwa sumberdaya manusia tidak berpengaruh terhadap daya saing UKM PHP. Kompetensi sdm dalam penelitian ini diukur dari 5 aspek, yaitu knowledge, skill, ability, spirit entrepreneur, dan sertifikat personil yang pernah didapatkan. Namun pada hasil PLS indikator sertifikat personil tidak valid. Variasi kondisi dari kompetensi sdm ternyata tidak memberikan pengaruh nyata pada daya saing UKM. Hal ini bisa disebabkan karena kompetensi sdm UKM sudah cukup baik

dengan telah dilakukannya berbagai program sosialisasi dan pelatihan dari DKP dan Disperindag setempat, namun masih dibutuhkan hal lain terkait sdm untuk dapat meningkatkan daya saing UKM di era global.

Seperti disebutkan dalam Bigliardi *et al. (*2011) bahwa faktor utama dalam daya saing produk UKM ke pasar global adalah sdm yang mampu melakukan inovasi produk dan fokus pelanggan, sehingga UKM harus mempunyai strategi bisnis yang lebih untuk pengembangan cara-cara baru untuk menghasilkan inovasi produk baru. Namun demikian ternyata variabel sdm akan memberikan pengaruh ke peningkatan daya saing bila melalui variabel market requirements, seperti yang akan dijelaskan di poin berikutnya.

11). Nilai signifikan pengaruh variabel sumberdaya manusia (SDM) terhadap *market requirements* sertifikasi (MRS) sangat signifikan signifikan ($p < 0,01$) dengan original sampel bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa ability, skill, spirit entrepreneur, dan knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap terpenuhinya *market requirements*. Semakin baik kompetensi sdm nya, maka semakin tergerak untuk memiliki *market requirements* untuk produk bisa berpenetrasi ke pasar, begitu sebaliknya. Dengan kata lain kompetensi sdm yang baik akan meningkatkan kesadaran untuk mengurus sertifikasi produk, demi produk bisa berdaya saing di pasar.

Susilo (2010) mendapatkan bahwa kendala utama UKM dalam persyaratan pasar regional adalah rendahnya kualitas sdm dan rendahnya kompetensi kewirausahaan. Sementara itu Moorthy *et al*. (2012) dalam penelitiannya terhadap 7.443 UMKM di Malaysia mendapatkan bahwa variabel *effective entrepreneurship* dan manajemen SDM berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM.

(4) Besar Pengaruh Parsial (*Effect Size /f Square / f2*)

Dalam analisis PLS, nilai f *square* (f2) menunjukkan besar pengaruh parsial masing-masing variabel prediktor terhadap variabel endogen. Menurut Cohen (1988), nilai f square yang diperoleh selanjutnya dapat dikategorikan dalam kategori berpengaruh kecil (f2 = 0,02 - 0,15), berpengaruh sedang (f2 = 0,15 – 0,35) dan berpengaruh besar (f2 > 0,35). Berikut ini adalah nilai f2 masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen :

Tabel 5.9. Besar Pengaruh Parsial (f^2)

	DS	KI	KP	LR	MRS	REG	SDM
DS							
KI	0,011				0,013		
KP	0,002				**0,039**		
LR	0,013				**0,058**		
MRS	**2,718**						
REG	**0,047**				0,002		
SDM	0,000				**0,043**		

Berdasarkan Tabel 5.9. diperoleh beberapa hasil sebagai berikut:

1) Besar pengaruh variabel KI (koordinasi instansi) terhadap DS (daya saing) adalah 0,011, besar pengaruh variabel KP (kualitas produk) terhadap DS (daya saing) adalah 0,002, besar pengaruh variabel LR (*legal requirements*) terhadap DS (daya saing) adalah 0,013, besar pengaruh variabel MRS (*market requirements* sertifikasi) terhadap DS (daya saing) adalah 2,718, besar pengaruh variabel REG (regulasi) terhadap DS (daya saing) adalah 0,047 dan besar pengaruh variabel SDM (sumberdaya manusia) terhadap DS (daya saing) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel MRS (*market requirements* sertifikasi) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap daya saing produk.

2) Besar pengaruh variabel KI (koordinasi instansi) terhadap MRS adalah 0,013, besar pengaruh variabel KP terhadap MRS (*market requirements* sertifikasi) adalah 0,039, besar pengaruh variabel LR (*legal requirements*) terhadap MRS (*market requirements* sertifikasi) adalah 0,058, besar pengaruh variabel REG (regulasi) terhadap MRS (*market requirements* sertifikasi) adalah 0,002 dan besar pengaruh variabel SDM (sumberdaya manusia) terhadap MRS (*market requirements* sertifikasi) adalah 0,043. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Legal Requirement* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap Market requirement sertifikasi.

(5) Besar Pengaruh Simultan

Interpretasi R *Square* tersebut sama dengan interpretasi R *Square* pada analisis regresi biasa. Nilai R *Square* menunjukkan besar pengaruh simultan (pengaruh bersama-sama) variabel eksogen terhadap endogen. Selain itu, nilai R *Square* juga dapat menunjukkan kekuatan model PLS, dalam hal ini nilai R *Square* sebesar > 0,75 menunjukkan model PLS yang kuat kuat, R *Square* sebesar 0,50 – 0,75 menunjukkan model PLS yang *moderate* dan nilai R *Square* sebesar 0,25 – 0,50 menunjukkan model PLS yang lemah (Ghozali; 2008). Tabel 5.10 adalah nilai R *Square* variabel penelitian.

Tabel 5.10. R Square

	R *Square*	R *Square Adjusted*
DS	0,811	0,802
MRS	0,229	0,197

Berdasarkan hasil perhitungan R square pada tabel di atas, dieproleh beberapa hasil sebagai berikut :

(1) Nilai R *square* variabel DS adalah sebesar 0,811, hal ini menunjukkan bahwa model dengan variabel endogen DS memiliki kekuatan prediksi yang sangat kuat. Dengan model tersebut sebesar 81,1% variansi variabel daya saing

dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Sholihin dan Ratmono (2013) menjelaskan bahwa nilai R^2 0,738 dalam model struktural dapat diinterpretasikan sebagai kuat.

(2) Selanjutnya, berdasarkan Tabel 5.10., nilai R *Square* variabel *market requirements* sertifikasi adalah sebesar 0,229. Variabel *market requirements* sertifikasi dipengaruhi oleh *legal requirement*, kualitas produk, koordinasi instansi, SDM dan regulasi. Dengan demikian nilai r *square* model sebesar 0,229 menunjukkan bahwa model dengan variabel endogen DS memiliki kekuatan prediksi yang lemah.

5.2. Uji Kausalitas

Setelah melakukan penilaian terhadap asumsi-asumsi yang ada pada Estimasi Model PLS, selanjutnya melakukan pengujian hipotesis.

5.2.1 Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis 1: pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi diduga berpengaruh terhadap pemenuhan *market requirements* sertifikasi: sertifikasi usaha kecil menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan (PHP). Berdasarkan hasil estimasi model PLS menunjukkan bahwa *Legal requirements,* sumberdaya manusia dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap *market requirements* sertifikasi dengan original sampel bertanda positif ($p < 0,05$), sementara variabel lainnya yaitu koordinasi instansi dan regulasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *market requirements* sertifikasi ($p > 0,05$).

5.2.2 Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis 2: pemenuhan *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumber daya manusia dan regulasi melalui pemenuhan *market*

requirements sertifikasi: sertifikasi usaha kecil menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan (PHP) diduga berpengaruh terhadap daya saing usaha kecil menengah (UKM) pengolahan hasil perikanan (PHP). Berdasarkan hasil estimasi model PLS menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *legal requirements*, kualitas produk, koordinasi instansi, sumberdaya manusia dan regulasi melalui *market requirements* sertifikasi berpengaruh sangat signifikan terhadap daya saing produk UKM-PHP di pasar regional ASEAN (nilai $p < 0,01$).

5.3. Integrasi Analisa SEM PLS dan SWOT

Penelitian ini menggabungkan antara analisis SEM model PLS dengan analisis SWOT. Hasil analisis model PLS menghasilkan hubungan kausalitas antara variabel, dan antara variabel dengan indikator. Hasil model PLS menunjukkan bahwa bobot faktor tertinggi dari penelitian strategi peningkatan daya saing produk UKM PHP ke pasar regional ASEAN melalui sertifikasi adalah *legal requirements*, diikuti sumberdaya manusia, dan kualitas produk. Market requirements sertifikasi didapatkan merupakan variabel mediator yang kuat dari 3 variabel tersebut dalam menentukan daya saing. Adapun variabel regulasi secara langsung berpengaruh pada daya saing, tanpa melalui variabel mediator market requirement sertifikasi. Sementara itu variabel koordinasi instansi tidak memberikan pengaruh nyata pada daya saing.

Tahap berikutnya untuk menentukan strategi yang akan digunakan maka mengikuti hasil analisis SWOT (strength weakness opportunity threat) yang telah dilakukan.

5.4. Analisis SWOT

Dalam menyusun strategi peningkatan daya saing produk usaha kecil menengah pengolahan hasil perikanan (UKM-PHP) terhadap aksesibilitas dan penetrasi produk UKM PHP ke pasar regional ASEAN, maka dilakukan analisis SWOT yang mengidentifikasi aspek internal dan eksternal UKM PHP. Faktor internal adalah hal – hal yang merupakan kekuatan dan kelemahan UKM PHP yang dinilai berdasarkan beberapa kriteria dengan bobot yang telah ditentukan, demikian juga faktor internal yang menilai hal – hal yang merupakan peluang dan ancaman bagi UKM PHP.

5.4.1 Hasil Analisa SWOT

Hasil *survey* penelitian melalui kuesioner dan wawancara dengan responden pelaku UKM pengolahan hasil perikanan, dan selanjutnya dibuat matriks yang menghubungkan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam melakukan kegiatan UKM-PHP, maka hasil analisis tersaji pada Tabel 5.11; 5.12; 5.13 dan Tabel 5.14.

Tabel 5.11. Tabel Kekuatan Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

NO	Kekuatan	Bobot (1-5)	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)
1	Memiliki sertifikat legal usaha SIUP dll	4.125	0.058	2.75	0.16
2	Memiliki sertifikat layak edar PIRT, BPOM,dll	4.75	0.067	3.00	0.20
3	Eksis lebih dari 3 tahun	4	0.056	2.88	0.16
4	Tersedia peralatan hibah dari Pemerintah	3.375	0.047	2.75	0.13
5	Analisa usaha layak dilanjutkan	3.875	0.054	3.50	0.19
6	Tenaga kerja murah	3.75	0.053	3.25	0.17
7	Mendapat dukungan masyarakat sekitar	4.25	0.060	3.50	0.21
8	Memiliki spirit ulet, kejar peluang, jujur	4.375	0.061	3.88	0.24
9	Memiliki jaringan pasar produk segmen bawah	4.5	0.063	3.75	0.24

	Jumlah		**0.519**		**1.7**

Sumber: data primer diolah (2017)

Tabel 5.12. Tabel Kelemahan Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

NO	Kelemahan	Bobot (1-5)	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)
1	Rumah produksi menyatu dengan rumah tinggal	4.625	0.065	2.625	0.17
2	Sanitasi hygiene produksi	4.5	0.063	2.375	0.15
3	Pembukuan keuangan	4.25	0.060	2.125	0.13
4	Efektifitas tim promosi	3.5	0.049	1.875	0.09
5	Sarana dan teknologi produksi yang digunakan	4.625	0.065	2.375	0.15
6	Kualitas bahan baku dan ketersediaan	4.375	0.061	2	0.12
7	Akses terhadap modal usaha	4	0.056	2.125	0.12
8	Ketrampilan negosiasi dan bisnis ekspor	4.5	0.063	2.125	0.13
	Jumlah		**0.482**		**1.06**
	Total IFAS		**1.00**		

Sumber: data primer diolah (2017)

Tabel 5.13. Tabel Peluang External Factor Analysis Strategy (EFAS)

NO	Peluang	Bobot (1-5)	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)
1	Ketersediaan bahan baku dengan harga murah	4.25	0.074	3.125	0.23
2	Jumlah penduduk besar sebagai konsumen	4.25	0.074	3.375	0.25
3	Harga kompetitif di era AEC karena bahan baku	4.5	0.078	3	0.23
4	Banyak program binaan Pemerintah dan swasta	3.875	0.067	3.25	0.22
5	Infrastruktur ke bahan baku dan pasar	4.5	0.078	3.375	0.26
6	Kesadaran masyarakat ikan sebagai pencegah CVD	4.125	0.072	3.125	0.22
7	Sentimen mayoritas muslim ikan halal	4.25	0.074	3.125	0.23
8	VAP dan diversifikasi produk	4.375	0.076	3.5	0.27
	Jumlah		**0.593**		**1.91**

Sumber: data primer diolah (2017)

Tabel 5.14. Tabel Ancaman External Factor Analysis Strategy (EFAS)

NO	Ancaman	Bobot (1-5)	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)
1	Penggunaan BTP illegal	4	0.070	2.125	0.15
2	Jumlah penduduk besar target pasar global	3.625	0.063	2.875	0.18
3	Perijinan & sertifikasi melibatkan banyak instansi	4.25	0.074	2.5	0.18
4	Pasar didominasi produk perusahaan besar	4.125	0.072	3.125	0.22
5	Program pemerintah tidak mengerucut sertifikasi dan penetrasi	3.875	0.067	2.5	0.17
6	Perubahan iklim cuaca terhadap bahan baku	3.5	0.061	2.375	0.14
	Jumlah		**0.407**		**1.04**
	Total EFAS		**1.000**		

5.4.2. Matriks dan Diagram SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi usaha maka dapat diidentifikasikan strategi pengembangan usaha dengan melihat faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, yang berpengaruh terhadap perkembangan UKM Pengolahan Hasil Perikanan. Analisis matrik SWOT dan alternative strategi pengembanagan dapat dilihat pada tabel 5,15.

Tabel 5.15. Analisis matriks SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	– Memiliki sertifikat legal usaha SIUP dll – Memiliki sertifikat layak edar PIRT, BPOM,dll – UKM PHP sudah eksis lebih dari 3 tahun – Tersedia peralatan hibah dari Pemerintah – Analisa usaha UKM PHP layak dilanjutkan – Tenaga kerja murah – Mendapat dukungan masyarakat sekitar – Memiliki spirit ulet, kejar peluang, jujur – Memiliki jaringan pasar produk segmen bawah	– Rumah produksi menyatu dengan rumah tinggal – Sanitasi hygiene produksi – Pembukuan keuangan – Efektifitas tim promosi – Sarana dan teknologi produksi yang digunakan – Kualitas bahan baku dan ketersediaan – Akses terhadap modal usaha – Ketrampilan negosiasi dan bisnis ekspor
Peluang (O) – Ketersediaan bahan baku dengan harga murah – Jumlah penduduk besar sebagai konsumen – Harga kompetitif di era AEC karena bahan baku – Banyak program binaan Pemerintah dan swasta – Infrastruktur ke bahan baku dan pasar – Kesadaran masyarakat ikan sebagai pencegah CVD – Sentimen mayoritas muslim ikan halal – VAP dan diversifikasi	Strategi SO – Komitmen menerapkan secara konsisten sistem manajemen (ISO 22000, ISO 9001:2015; HACCP, GMP, sanitasi dan HALAL) – Komitmen dan konsisten dalam peningkatan kualitas dan kompetensi SDM – Meningkatkan kualitas, jaringan distribusi, dan	Strategi WO – Perbaikan sarana produksi sesuai standar PIRT, dan teknologi sehingga akan meningkatnya produksi pengolahan ikan – Peningkatan informasi pemasaran produk melalui promosi dengan koordinasi antara instansi yang terkait dalam pengembangan pasar produk olahan ikan.

produk	kemitraan.	
Ancaman (T) – Penggunaan BTP illegal – Jumlah penduduk besar target pasar global – Perijinan dan sertifikasi melibatkan banyak instansi – Pasar didominasi produk perusahaan besar – Program pemerintah tidak mengerucut sertifikasi dan penetrasi – Perubahan iklim cuaca terhadap bahan baku	Strategi ST – Menghindarkan penggunaan bahan pengawet ilegal dan tidak memenuhi standar – Perijinan dan sertifikasi menjadi standar untuk perbaikan berkelanjutan – Secara terus menerus meningkatkan kualitas & kuantitas produk,agar UK berdaya saing	Strategi WT – Menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam rangka menjaga kehormonisan dn menambah kesempatan kerja. – Meningkatkan kualitas tenaga kerja secara teknis melalui kegiatan pelatihan untuk memaksimalkan produksi dan daya saing produk UKM PHP

Diagram SWOT

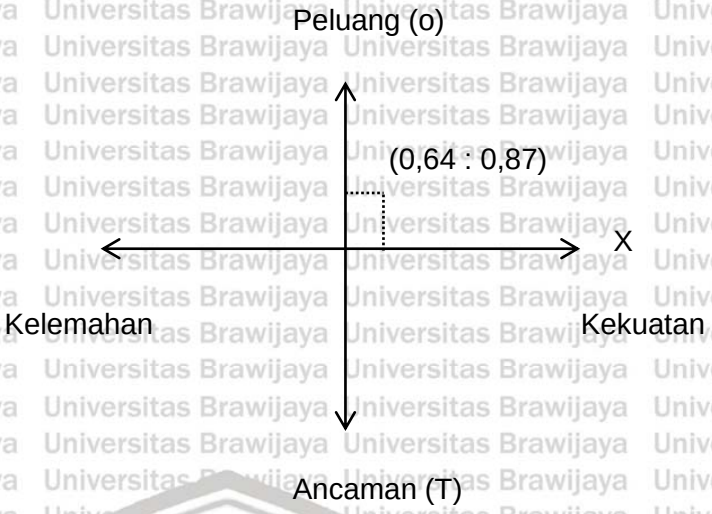
Dari hasil pengolahan data faktor internal dan faktor eksternal dari persepsi responden beberapa UKM pengolahan hasil perikanan, maka didapatkan skor masing-masing faktor adalah antara lain sebagai berikut:

1) Skor untuk faktor kekuatan : 1,70
2) Skor untuk faktor kelemahan : 1,06
3) Skor untuk faktor peluang : 1,91
4) Skor untuk faktor ancaman : 1,04

– Sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal dan diperoleh nilai koordinat (x) sebesar : X = 1,70 – 1,06 = 0,64

– Sumber vertikal (y) sebagai faktor eksternal dan diperoleh nilai koordinat (y) sebesar : Y = 1,91 – 1,04 = 0,87

Nilai–nilai koordinat pada diagram SWOT bernilai positif, sumbu horizontal (x) sebesar 0,64 dan sumbu vertikal (y) sebesar 0,87. Gambar diagram analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 5.6.



Gambar 5.6. Diagram Analisis SWOT

Pada diagram analisis SWOT diketahui bahwa berdasarkan hasil skoring yang dilakukan terhadap faktor-faktor internal dan eksternal diperoleh nilai koordinat yang terletak di kuadran I (0,64 ; 0,87) yang berarti mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*). Dengan demikian mengacu kepada faktor-faktor dalam IFAS EFAS maka strategi pengembangan utama yang bisa dilakukan adalah meningkatkan komitmen penerapan sistem manajemen pangan seperti GMP, HACCP, ISO 22000, dan Halal ; meningkatkan jiwa entrepreneur dan kompetensi SDM, meningkatkan jaringan distribusi dan kemitraan, serta meningkatkan kerjasama dengan masyarakat sekitar perusahaan.

Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UKM-PHP

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut diatas dan diintegrasikan dengan temuan dari hasil analisis PLS maka implementasi strategi yang dapat dilakukan UKM-PHP untuk meningkatkan daya saing produk di pasar regional antara lain sebagai berikut:

(1) Komitmen menerapkan secara konsisten sistem manajemen (ISO 22000, ISO 9001:2015; HACCP, GMP, sanitasi dan Halal). Berlakunya pasar bebas regional menjadi sebuah keharusan bagi produk perikanan Indonesia, seperti halnya komoditas lain, untuk dapat bersaing dengan produk-produk perikanan negara lain. Jika kondisi lengah, maka Indonesia hanya akan menjadi pasar potensial produk impor yang bernilai tambah. Peningkatan produk UKM PHP berdaya saing di pasar regional ASEAN sepatutnya menjadi kekuatan mengingat saat ini sekitar 56.256 unit UKM pengolahan ikan skala mikro-kecil di Indonesia, masih belum memenuhi standar mutu keamanan pangan. Pemerintah dan swasta perlu berkomitmen untuk pencapaian sertifikat layak edar yang dibutuhkan yang berarti pula mengupayakan peningkatan kualitas produk, mengingat semua sertifikat layak edar mempersyaratkan terpenuhinya kaidah GMP dalam berproduksi.

(2) Komitmen dan konsisten dalam peningkatan kualitas dan kompetensi SDM

Peningkatan kualitas dan kompetensi SDM merupakan bagian dari upaya penumbuhan kualitas dan jumlah wirausaha UKM PHP. Dalam hal ini aspek penting dalam pengembangan SDM berkaitan dengan kewirausahaan, perkoperasian, manajerial, keahlian teknis dan keterampilan dasar *(life skill).* Upaya peningkatan daya saing SDM UKM pengolahan hasil perikanan dilakukan dengan:

a) Pengembangan sistem penumbuhan wirausaha baru dengan cara merumuskan dan mengembangkan kebijakan mendorong, mengembangkan dan membantu pelaksanaan pendidikan, pelatihan dan penyuluhan kewirausahaan; serta membentuk dan mengembangkan lembaga diklat untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan motivasi dan kreativitas bisnis keahlian teknis dan ketrampilan dasar *(live skill)* dan penciptaan wirausaha baru.

b) Peningkatan kapasitas SDM UKM pengolahan hasil perikanan dengan cara merumuskan dan mengembangkan kebijakan; Pengembangan keahlian dan keterampilan teknis dan peningkatan penerapan manajemen manajemen modern;

c) Pengembangan kelembagaan UKM pengolahan hasil perikanan dengan cara merumuskan dan mengembangkan kebijakan; revitalisasi dan penumbuhan lembaga UKM melalui kerasama dan kemitraan dengan perguruan tinggi, swasta nasional.

(3) Meningkatkan kualitas, jaringan distribusi, dan kemitraan

Terbatasnya akses atau jaringan pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional. Sementara untuk mengakses pasar lebih luas dibutuhkan sertifikat layak edar yang sesuai dengan aturan yang berlaku atau disebut market requirements. Seperti sertifikat MD – BPOM bagi produk olahan ikan yang diedarkan dalam negri, dan sertifikat ML – BPOM dan sertifikat HACCP untuk produk perikanan yang akan diekspor. Maka pembinaan terhadap UKM PHP perlu diorientasikan untuk kepemilikan sertifikat tersebut untuk bisa memperluas jaringan pasar lebih luas.

(4) Menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam rangka menjaga kehormonisan dan menambah kesempatan kerja

Strategi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sebagian besar UKM pengolahan hasil perikanan belum menjadi pekerjaan utama, sehingga pengolahan yang dilakukan tidak dilakukan secara intensif. Kesibukan karyawan pada pekerjaan lain menyebabkan karyawan kurang memperhatikan terkait dalam pekerjaan di perusahaan tersebut.

(5) Perbaikan sarana produksi sesuai standar GMP dan penggunaan teknologi, sehingga akan meningkatkan produksi pengolahan ikan. Untuk peningkatan

mutu dan pengembangan produk hasil perikanan UKM yang berkualitas dan terjamin keamanannya perlu perhatian dengan cara pengawasan dan penanganan hasil selama proses pengolahan hingga ke konsumen. Khususnya yaitu dengan melakukan pengamatan dengan pendekatan bagaimana para pengolah menerapkan cara berproduksi yang baik dan benar (GMP) serta bagaimana menerapkan sanitasi (SSOP).

5.5. Gambaran Umum UKM Pengolahan Hasil Perikanan "Mitra Abadi" Lamongan

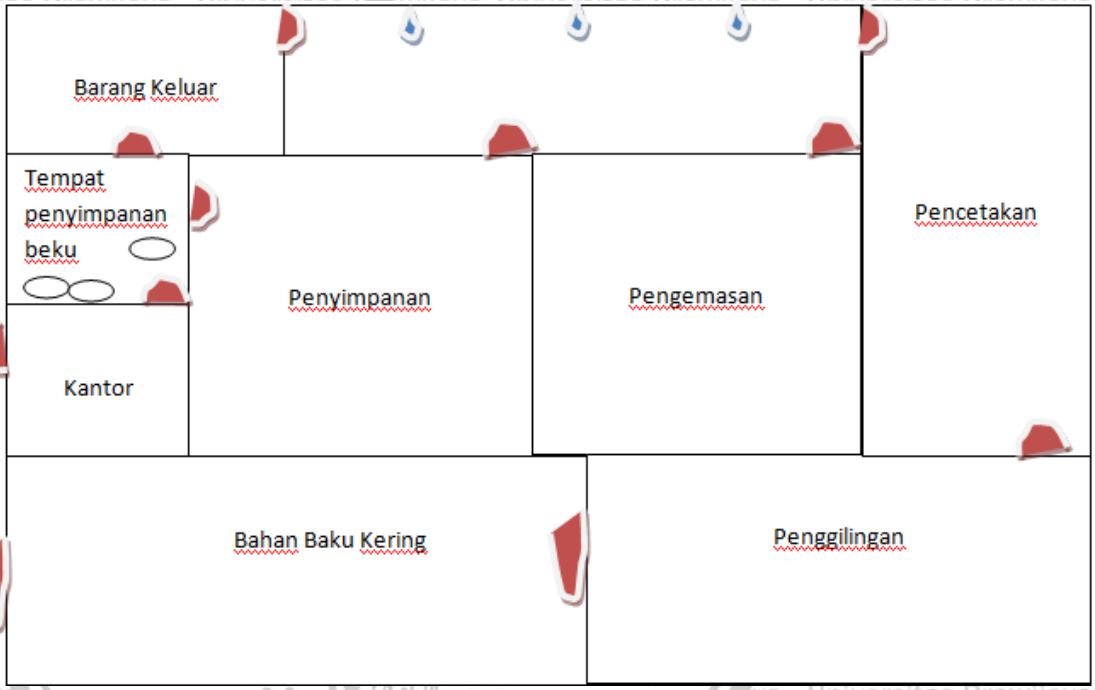
Guna memberikan gambaran lebih baik hal daya saing produk UKM PHP maka dalam penelitian ini dilengkapi juga dengan studi kasus UKM yang terletak di Lamongan, yaitu UKM Mitra Abadi. Usaha pengolahan ikan Mitra Abadi ini adalah salah satu UKM pengolahan hasil perikanan yang berlokasi di Maduran, sekitar ± 25 km dari pusat Kota Lamongan, tepatnya di Desa Duri Wetan RT. 04 RW. 01, Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan. UKM ini berdiri pada tahun 2010, dengan pemilik dan sekaligus pimpinan adalah Bapak Nasrudin. Awalnya pemilik adalah tenaga pemasaran produk olahan ikan beku dari perusahaan besar, lalu beralih berwiraswasta dengan pengenalan pasar sebagai salah satu modal nya. Dengan berjalannya waktu pada awal tahun 2011, produk Mitra Abadi mengalami pertumbuhan pasar yang pesat dengan mempunyai 2 anak cabang usaha, dan jumlah karyawan total sebanyak 30 orang, yaitu 20 orang sebagai karyawan produksi, 7 orang sebagai karyawan pemasaran serta 3 orang sebagai bagian administrasi. UKM ini juga merupakan binaan Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan sebagai salah satu POKLAHSAR (kelompok pengolah dan pemasar) pengolahan hasil perikanan.

5.5.1. Tata Letak Produksi

Layout UKM pengolahan ikan Mitra Abadi adalah suatu tata letak unit produksi pengolahan hasil perikanan. Tata letak di UKM Mitra Abadi Maduran

Lamongan Jawa Timur, meliputi: (1) lokasi tempat produksi beserta sumber air; (2) saluran pembuangan limbah; (3) fasilitas sarana dan prasarana pendukung lainnya.

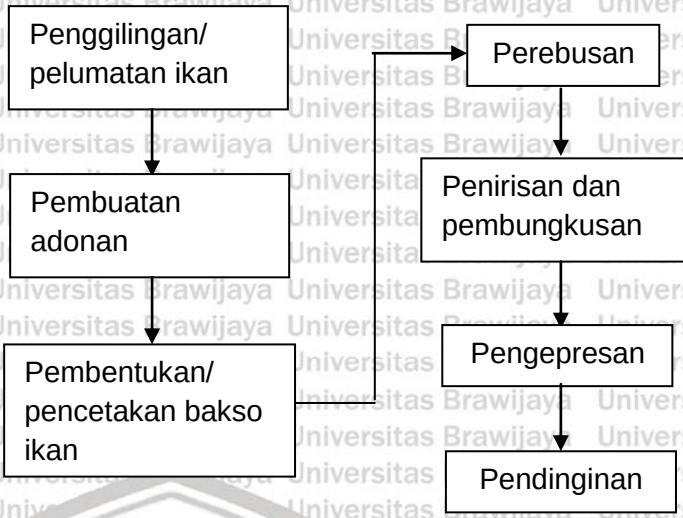
Bila dilihat dari *lay out* yang ada di UKM Mitra Abadi Maduran, maka lokasi produksi yang ada sudah begitu tertata, dan lokasinya terbagi secara efisien. Untuk lebih jelasnya mengenai tata letak produksi UKM Mitra Abadi Maduran tersaji Gambar 5.7.di bawah ini.



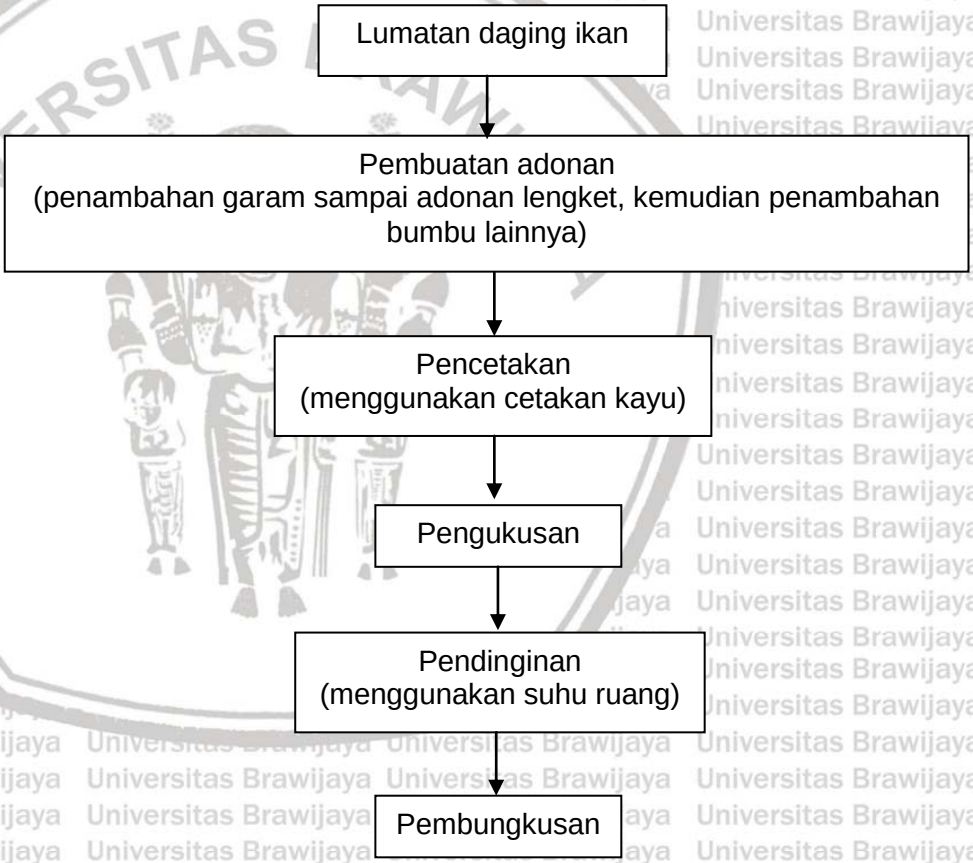
Gambar 5.7. *Lay Out* Produksi UKM Mitra Abadi

5.5.2. Proses Produksi

Proses pembuatan olahan ikan di UKM Mitra Abadi Lamongan sangat menjaga dalam hal mutu dan keamanan produk, dimana mulai dari proses penerimaan bahan baku sampai dengan produk akhir tetap menjaga kualitas melalui pengechekan proses sesuai standar. Sebagian besar bahan baku ikan berasal dari pengepul ikan di wilayah Maduran dan Paciran Lamongan. Beberapa produk UKM Mitra Abadi antara lain bakso, otak-otak, nuget, scallop dengan *merk* Horizon.



Gambar 5.8. Bagan Alir produksi Bakso dan Scallop



Gambar 5.9. Bagan Alir produksi Nuget

5.5.3. Pengemasan

Pengemasan berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan fisik dan kontaminasi, sehingga produk sampai ke konsumen dalam keadaan baik. Pengemasan juga berfungsi sebagai alat penakar yang memberikan kemudahan konsumen untuk dipakai, disimpan, dibuka dan ditutup kembali, serta mudah pula untuk dibuang atau dimanfaatkan lagi. Pengemasan di UKM Mitra Abadi ditempatkan di lokasi yang berbeda dengan tempat produksi sehingga tidak terjadi kontaminasi mikroba, pengemasan dilakukan setelah produk sudah didinginkan menggunakan kipas. Pengemasan menggunakan plastik dan *hand sealer*. 1 pack berisi 12 buah nugget dengan berat 500 gram.

Gambar 5.10. Proses pengemasan nuget

5.5.4. Sistem Tenaga Kerja

Tenaga kerja UKM Mitra Abadi berasal dari warga sekitarnya, dan manajemen perusahaan dikelola oleh pemilik perusahaan. Kemampuan mempertahankan dan meningkatkan tenaga kerja produktif merupakan prasyarat suksesnya UKM. Ada 3 faktor yang mempengaruhi kegiatan pemenuhan kebutuhan pekerja UKM yaitu: (1) besarnya pengaruh UKM di mata angkatan kerja; (2) meningkatnya pertumbuhan angkatan kerja; (3) dan tersedia tenaga

kerja dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan (Handoko, 2000). Jumlah tenaga kerja di UKM Mitra Abadi adalah 40 orang.

Klasifikasi pembagian kerja di UKM Mitra Abadi berdasarkan tugas masing masing unit antara lain sebagai berikut:

(1) Pimpinan perusahaan adalah Bapak Nasrudin, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 40 Karyawan

(2) Tenaga kerja tetap UKM Mitra adalah 20 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Berkerja di bagian proses *produksi, packing* dan hampir pada seluruh proses produksi sampai dengan pengadaan bahan baku dan pengiriman.

(3) Tenaga kerja borongan adalah 16 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Bekerja dibagian produksi dan *packing.*

(4) Tenaga kerja pemasaran adalah 3 orang yang terdiri dari laki-laki

(5) Tenaga kerja adminsitrasi adalah 1 orang yang bekerja mengatur kegiatan adminisatrasi tersebut yang sekaligus merupakan pemimpin perusahan adalah Bapak Akhmad Nasrudin

(6) Sistem pengupahan di UKM. Mitra Abadi ditetapkan oleh pimpinan UKM Mitra Abadi berdasarkan banyaknya hasil yang telah diproduksi.Penetapan gaji dan upah tenaga kerja di UKM Mitra Abadi adalah sebagai berikut :

- Karyawan tetap Rp. 300.000/minggu
- Karyawan borongan Rp. 50.000/hari
- Karyawan borongan per pack Rp. 700/pack

5.5.5. Sertifikat

Pada kenyataannya sampai dengan saat ini sertifikasi SNI masih menjadi sertifikat *voluntary,* di samping sertifikat layak edar MD-BPOM atau PIRT yang menjadi kewajiban produsen. Sulistyowati, *et al.* (2014) menjelaskan bahwa UKM

harus berhubungan dengan beberapa lembaga untuk mendapatkan dokumen, dan sertifikat yang dibutuhkan sebelum produk beredar, yaitu:

1) Dinas Kesehatan Kota/ Kabupaten, untuk mendapatkan PIRT
2) Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk mendapatkan MD
3) LP-POM Majelis Ulama Indonesia, untuk mendapatkan sertifikat Halal
4) Diskanla Propinsi, untuk mendapatkan sertifikat SKP yang nantinya sebagai syarat permohonan sertifikat HACCP-KKP
5) DISPERDAGIN Kota/Kabupaten untuk mendapatkan SIUP, TDP, dan daftar merk. SIUP menjadi syarat utama pengajuan sertifikat yang lain.

Sertifikat layak edar yang didapatkan UKM Mitra Abadi antara lain:

(1) Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) Nomor: 201352401441, tanggal 26 April 2010. Sertifikat ini diterbitkan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Lamongan. Persyaratan dokumen untuk mendapatkan sertifikat ini antara lain: fotocopy SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), TDI (Tanda Daftar Industry), HO (Ijin gangguan), IMB (ijin mendirikan bangunan). Biaya restribusi sertifikat P-IRT adalah Rp. 200.000, dengan lama proses adalah 1-2 minggu. Manfaat bagi UKM setelah mendapatkan sertifikat ini adalah masyarakat akan lebih percaya terhadap produk yang di produksi UKM. Dasar Hukum UU RI No 7 Tahun 1996 tentang Pangan Pasal 3 menyebutkan bahwa tujuan pengaturan, pembinaan dan pengawasan pangan adalah untuk tersedianya pangan yang memenuhi persyaratan keamanan, mutu dan gizi bagi kepentingan kesehatan manusia. Surat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor : HK.00.05.5.1640, Tanggal 30 April 2003 tentang Pedoman Tata Cara Penyelenggaraan Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT)

(2) Sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia nomor: 07030021170914, tanggal 19 September 2014. Sertifikat ini diterbitkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika -Majelis Ulama Indonesia (LP-POM MUI). Persyaratan untuk sertifikat Halal adalah foto copy sertifikat Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Tanda Daftar Industri (TDI). Biaya restribusi untuk sertifikasi sebesar Rp.1.200.000 dengan lama proses pembuatan 1 bulan. Manfaat sertifikasi halal untuk UKM adalah konsumen lebih percaya dengan produksi yang dihasilkan halal untuk di konsumsi.

(3) Adapun sertifikasi MD – BPOM (Makanan Dalam Negri – Badan Pengawasan Obat dan Makanan) sedang dalam proses. Produk UKM ini teah lolos uji sarana produksi, tahap berikutnya yang sedang dilakukan adalah registrasi on line.

Sertifikat legalitas usaha yang didapatkan UKM Mitra Abadi antara lain:

(1) Izin Mendirikan Bangunan (IMB) Nomor : 188/2767/Kep/413.215/2012, tanggal 31 Agustus 2012. Sertifikat ini diterbitkan oleh Dinas Perijinan dan Penanaman Modal. Untuk mendapatkan sertifikat ini membawa persyaratan berupa sertifikat tanah dan bangunan. Untuk mendapatkan sertifikat ini tidak dibebani biaya yaitu gratis dengan proses pembuatan 1-2 bulan. Manfaat bagi UKM setelah adanya sertifikat ini yaitu kenyamanan bagi UKM karena sudah memiliki legalitas usaha.

(2) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil Nomor : 2726/13-18/SIUP-K/VIII/2012, Tanggal 27 Agustus 2012. Sertifikat ini dikelola oleh Badan Perijinan dan Penanaman Modal.Untuk mendapatkan sertifikat ini membawa persyaratan berupa sertifikat IMB (Izin Mendirikan Bangunan) dan sertifikat HO (Izin Gangguan). Biaya yang dikeluarkan senilai Rp. 1.500.000 dengan proses pembuatan 2 bulan. Manfaat bagi UKM setelah adanya sertifikat ini

yaitu mendapat pengesahan dan pengakuan dari pihak pemerintah serta mencegah terjadinya masalah yang dapat mengganggu kelancaran usaha.

(3) Tanda Daftar Perusahaan (TDP) Perusahaan perorangan nomor 13,18,5,10,09222 Tanggal 27 Agustus 2012, Tanda Daftar Industri (TDI) Nomor:2728/13-18/IKAH/I.Z.00.01/VIII/2012, Tanggal Perusahaan perorangan nomor 13,18,5,10,09222 Tanggal 27 Agustus 2012. Sertifikat ini diterbitkan oleh Badan Perijinan dan Penanaman Modal. Persyaratannya adalah foto copy KTP dan biaya restribusi sebesar Rp. 150.000, dengan lama proses pembuatan 1 bulan.

5.5.6. Analisa Usaha Jangka Pendek

a. Pemodalan

Besarnya modal yang digunakan oleh Bapak Nasrudin sebagai pemilik usaha pengolahan ikan UKM Mitra Abadi Rp 452,550,000,-/tahun yang terdiri dari modal tetap. Detail modal tersaji pada lampiran 2.

b. Biaya Produksi

Besarnya biaya tetap sebesar Rp 95.885,000,-/tahun dan biaya tidak tetap sebesar Rp 1.131.180.000,-/tahun, sehingga total biaya produksi per tahunnya adalah Rp 1.227.065.000,-/tahun. Perincian biaya tersaji pada lampiran 2, 4, 5 dan 6.

c. Produksi dan penerimaan

Produksi dan penerimaan produk selama 8 bulan pada UKM Mitra Abadi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.16. Jumlah produksi dan penerimaan produk selama 8 bulan

No	Nama Produk	Harga (Rp.)	Jumlah Produksi (Kg)	Penerimaan (Rp.)
1	Bakso Ikan	7,500	35,500	266,250,000
2	Nugget Ikan	6,500	152,000	988,000,000
3	Scallop	10,000	12,500	125,000,000
Penerimaan				1,379,250,000

Berdasarkan tabel diatas besarnya penerimaan total yang diperoleh UKM Mitra Abadi selama 8 bulan sebesar Rp 1,379,250,000,-.

d. Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisa *revenue cost ratio* (R/C) menunjukkan manfaat atau keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha pengolahan ikan. Hasil analisis R/C tergantung dari pendapatan dan biaya. Nilai R/C diperoleh 1,68 dimana berdasarkan kriteria nilai RC ratio yang diperoleh tersebut lebih dari satu, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa usaha ini memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan. Perhitungan tersaji pada Lampiran 7.

e. Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya yang dikeluarkan untuk produksi baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap dan dinyatakan dalam rupiah. Keuntungan yang diperoleh usaha pengolahan ikan ini sebesar Rp 557.116.450,-/8 bulan. Perhitungan tersaji pada Lampiran 7.

f. Rentabilitas usaha

Rentabilitas usaha perusahan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas ekonomi yang tinggi yang mampu dicapai

oleh perusahan akan menggambarkan kinerja perusahaan apakah sudah efisien atau belum. Setiap perusahaan pasti akan menghadapi perubahan jumlah produksi, harga dan biaya produksi. Rentabilitas usaha yang diperoleh UKM Mitra Abadi sebesar 67,8 %. Perhitungan tersaji pada Lampiran 7.

g. *Break Event Point* (BEP)

Analisa BEP yang telah dilakukan akan dapat membantu perusahaan dalam memasok informasi untuk perencanaan dan pengambilan keputusan manajerial. Perusahaan akan dapat menghitung volume penjualan produk yang dibutuhkan, serta pertimbangan dalam menentukan harga jual produk untuk mencapai laba tertentu. Perusahaan juga dapat menentukan bagaimana perubahan-perubahan harga, volume penjualan, dan biaya produksi mempengaruhi laba operasi perusahaan. Dari perhitungan didapatkan hasil produk nugget yaitu BEP sales total sebesar Rp 569.983.055,-/tahun. Perhitungan tersaji pada Lampiran 7. Maka usaha ini mendapatkan keuntungan saat penjualan nugget per tahun mencapai Rp 1.482.000.000,- per tahun.

5.5.7. Analisis jangka panjang

Dalam menentukan kelayakan suatu usaha perlu dilakukan analisis finansial jangka panjang dengan melakukan evaluasi proyek usaha selama sepuluh tahun kedepan. Sesuai pendapat Pudjosumarto (1998), dalam rangka mencari suatu ukuran menyeluruh tentang baik tidaknya suatu proyek, dapat digunakan berbagai macam indeks yang yaitu antara n*et present value*, *net benefit cost ratio* (Net B/C ratio), *internal rate of return* (IRR) dan *payback* periode (PP).

Tujuan dilakukan analisis jangka panjang adalah untuk memperkirakan pendanaan pada usaha pengolahan ikan, sehingga dapat diketahui layak atau

tidaknya usaha tersebut untuk dijalankan, jika dilakukan pengembangan usaha untuk beberapa tahun kedepannya.

a. *Net Present Value*

Net present value (NPV) merupakan situasi metode menghitung nilai semua manfaat yang akan datang, dan yang dinilai saat ini. Kriteria ini mengatakan bahwa proyek akan dipilih jika nilai NPV > 0.

Perusahan dapat dinyatakan menguntungkan, karena nilai NVP mendapatkan hasil sebesar Rp 136. 164.590. Nilai NPV tersebut menunjukkan usaha pengolahan ini menguntungkan, dan layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang didapatkan bernilai positif. Perhitungan tersaji pada Lampiran 8.

b. Internal ratio of Return (IRR)

Internal ratio of return (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih (*inflow*) dimasa mendatang. Nilai IRR dalam keadan normal pada usaha pengolahan ikan UKM Mitra Abadi 20%, sehingga nilai tersebut di atas tingkat suku bunga bank 12%. Hal ini dapat dikatakan bahwa usaha layak untuk dijalankan. Perhitungan tersaji pada Lampiran 8.

c. *Net benefit Cost ratio* (Net B/C ratio)

Net benefit Cost ratio (Net B/C ratio) merupakan ratio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Nilai Net B/C *Ratio* dalam keadaan normal pada usah UKM Mitra Abadi sebesar 1,30 hal ini berarti Net B/C *Ratio* lebih dari 1, sehingga usaha tersebut dikatakan layak. Perhitungan tersaji pada Lampiran 8.

d. *Payback Period*

Payback period adalah kemampuan suatu perusahaan didalam mengembalikan semua modal/investasi yang ditanam. *Payback Period* dinyatakan dalam satuan waktu, misal bulan atau tahun. *Payback period*

digunakan sebagai salah satu pertimbangan yang melengkapi dalam menganalisis kelayakan suatu usaha, karena dari *payback period* dapat diketahui jangka waktu pengembalian seluruh modal investasi. Semakin pendek waktu pengembalian maka semakin layak suatu usaha, hal ini berarti pula karena semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan.

Payback period dari suatu investasi diperlukan untuk menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar modal yang diinvestasikan data kembali seluruhnya. Dalam perhitungan *Payback period* (PP) dilakukan dengan membandingkan besarnya biaya investasi yang diperlukan dengan benefit bersih yang di peroleh pada tiap tahun. Metode ini mengukur kembali biaya yang telah dikeluarkan.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh *Payback period* pada kondisi normal dari pada usaha pengolahan ikan di UKM Mitra Abadi adalah 2.97 tahun. Dari hasil *Payback period* tersebut diartikan bahwa jangka waktu pengembalian modal yang diinvestasikan sebesar 2.97 tahun. Perhitungan tersaji pada Lampiran 8.

Ringkasan secara keseluruhan hasil analisa usaha UD. Mitra Abadi tersaji pada tabel 5.17.

Tabel 5.17. Hasil Analisa Usaha Jangka Pendek dan Panjang UD. Mitra Abadi

NO	Analisa Usaha	Nilai (Rp./tahun)
1	Modal tetap	452.550.000
2	Modal tidak tetap	1.131.180.000
3	Biaya produksi	1.227.065.000
4	Produksi dan penerimaan	1.379.250.000
5	Revenue cost rasio (R/C)	1,68
6	Keuntungan	557.116.450
7	Rentabilitas	67,8%
8	*Break Event Point* (BEP)	569.983.055

NO	Analisa Usaha	Nilai (Rp./tahun)
1	*Net present value* (NPV)	136.164.590
2	Internal rasio of return (IRR)	20%
3	Net benefit cost rasio (Net B/C rasio)	1,30
4	Payback period	2,97 tahun

5.6. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan di UKM Mitra Abadi

Perumusan strategi pengembangan usaha pengolahan ikan di UKM Mitra Abadi dimulai dengan melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal, selanjutnya merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha, dan melihat arah perkembangan dan menentukan strategi pengembangan usaha.

5.6.1. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2004) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), dan peluang (*oportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis

harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor eksternal peluang (*oppurtunities*) dan ancaman (*threats*).

Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor dari dalam usaha tersebut, yang meliputi kekuatan dan kelemahan bagi pengembangan usaha pengolahan ikan. Dan faktor ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan. Hasil analisis faktor internal terdapat pada tabel 5.18.

Tabel 5.18. Hasil Analisis Faktor Strategis Aspek Internal (IFAS) UKM "Mitra Abadi"

NO	Faktor Kekuatan	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)	Keterangan
1	Unit usaha telah eksis lebih dari 4 tahun, memiliki status badan hukum UD dan merupakan Poklahsar	0,10	4	0,40	Dokumen legal lengkap
2	Memiliki jaringan pasar untuk produk segmen menengah ke bawah, hingga Bali dan Sumatra	0,15	4	0,60	Sudah terbina lebih dari 5 tahun
3	Analisa usaha menguntungkan dan layak dijalankan	0,15	4	0,60	Dapat dilihat dari analisa jangka panjang dan jangka pendek
4	Mendapatkan dukungan masyarakat sekitar (tenaga kerja murah)	0,05	4	0,20	Saling menguntungkan
5	Memiliki spirit pantang menyerah, selalu mencari dan mengejar peluang, jujur, fokus, dan menghindari pertengkaran	0,10	4	0,40	Kepribadian entrepreneur
6	Memiliki sertifikat PIRT dan Halal, dan dokumen legalitas usaha	0,10	3	0,30	Pengajuan sertifikasi BPOM sedang dalam proses
	Jumlah	**0,65**		**2,50**	

Sumber: data primer diolah (2017)

NO	Faktor Kelemahan	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)	Keterangan
1	Rumah produksi di tengah pemukiman penduduk	0,05	3	0,15	Sedikit polusi bau
2	Masih terhambat mendapatkan sertifikat MD BPOM	0,10	4	0,40	Kekurangan sarana
3	Tim dan sarana promosi sederhana	0,05	3	0,15	Perencanaan dan pelaksanaan promosi masih kurang
4	Administrasi kantor dan keuangan masih sederhana	0,05	2	0,10	Pencatatan keuangan sangat tidak rapi
5	Bahan baku ikan swangi bersifat musiman	0,05	3	0,15	White fish yang murah
6	ketrampilan negosiasi dan bisnis ekspor rendah	0,05	3	0,15	Keterbatasan pengetahuan
	Jumlah	**0,35**		**1,10**	
	Total IFAS	**1,00**		**3,60**	

Sumber: data primer diolah (2017)

Matriks hasil analisis faktor strategis internal (IFAS) pada usaha UKM Mitra Abadi diperoleh skor pada faktor kekuatan sebesar 2,50 dan skor pada faktor kelemahan 1,10 sehingga dalam perencanaan pengembangan usaha UKM Mitra Abadi dari faktor internal yaitu faktor kekuatan lebih berpengaruh dibandingkan dengan faktor kelemahan.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi usaha ditentukan dari luar usaha tersebut, yang meliputi peluang dan ancaman pada usaha pengolahan ikan. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan melihat faktor-faktor di luar usaha pengolahan ikan untuk mengidentifikasikan peluang dan ancaman pengembangan usaha yang akan dilakukan. Hasil analisis faktor eksternal dapat dilihat pada tabel 5.19.

Tabel 5.19. Hasil Analisis Faktor Strategis Aspek Eksternal (EFAS) UKM "Mitra Abadi"

NO	Faktor Peluang	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)	Keterangan
1	Permintaan produk olahan ikan terus meningkat	0,15	4	0,60	Seiring tuntutan masyarakat yang menghendaki *convenience food*
2	Sumber daya alam yang mendukung	0,10	4	0,40	Pelabuhan Brondong di Paciran dekat dengan lokasi UKM, harga murah
3	Era AEC memudahkan produk menembus pasar ASEAN	0,05	2	0,10	Belum bisa melakukan
4	Memiliki pelanggan yang tetap / Agen/Distributor	0,10	4	0,40	Sudah lebih dari 7 tahun
5	Memiliki hubungan baik dengan Disperindag dan DKP.	0,10	3	0,30	Kadang mengikuti berbagai program yang diselenggarakan instansi Pemerintah
6	Produk bernilai tambah dan diversifikasi produk beragam	0,05	4	0,20	Beberapa variasi produk
	Jumlah	**0,55**		**2,00**	

Sumber: data primer diolah (2017)

NO	Faktor Ancaman	Bobot Relatif	Rating (1-4)	Score (Br x R)	Keterangan
1	Adanya pesaing lain	0,1	3	0,30	Mulai banyak UKM dengan produk sejenis, dari perusahaan menengah atau besar
2	Prasarana jalan kurang mendukung	0,05	3	0,15	Sekitar 10 km dari pusat kota Lamongan
3	Perijinan dan sertifikasi melibatkan banyak instansi	0,1	2	0,20	Kadang terjadi fluktuasi harga bahan tambahan
4	Masuknya produk impor	0,05	4	0,20	Mulai ada produk sejenis dari negara ASEAN
5	Hibah dan program lain dari Pemerintah tidak mengerucut pada sertifikasi dan penetrasi pasar	0,1	2	0,20	sesuai tuntutan UKM
6	Perubahan iklim dan cuaca terhadap bahan baku	0,05	4	0,20	kemungkinan penggunaan BTP illegal di nelayan
	Jumlah	**0,45**		**1,25**	
	Total EFAS	**1**		**3,25**	

Sumber: data primer diolah (2017)

Matriks hasil analisis faktor strategis eksternal (EFAS) pada usaha UKM Mitra Abadi diperoleh skor pada faktor peluang sebesar 2,00 dan skor pada faktor ancaman 1,25 sehingga dalam perencanaan pengembangan usaha UKM Mitra Abadi dari faktor eksternal yaitu faktor peluang lebih berpengaruh dibandingkan dengan faktor ancaman.

5.6.2. Matriks dan Diagram SWOT

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi usaha maka dapat diidentifikasikan strategi pengembangan usaha dengan melihat faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha di UKM Mitra Abadi. Analisis matrik SWOT dan alternative strategi pengembangan dapat dilihat pada table 5.20.

Tabel 5.20. Analisis matriks SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	– Sertifikat yang dimiliki cukup lengkap – Memiliki kepastian pasokan bahan baku produksi – Secara finansial usaha menguntungkan dan layak dijalankan – Hubungan baik antara pemimpin dengan karyawan – Memiliki harga jual yang berbeda. – Kualitas tenaga kerja baik	– Kurang memperhatikan sanitasi dan Higienis. – Tidak ada pembukuan keuangan. – Tim promosi yang kurang efektif. – Keterbatasan sarana dan teknologi produksi yang digunakan. – Kualitas bahan baku yang kadang kurang baik – Kurangnya pengetahuan pemimpin terhadap pangsa pasar
Peluang (O) – Permintaan produk olahan ikan terus meningkat – Sumber daya alam yang mendukung – Hubungan baik dengan konsumen – Memiliki pelanggan yang tetap /Agen/Distributor – Memiliki hubungan baik dengan Disperindag. – Adanya penyuluhan dan pegawasan dari PPL	Strategi SO • Mempertahankan kualitas, kontinuitas potensi SDA, dan potensi SDM • Meningkatkan kualitas, jaringan distribusi, dan kemitraan.	Strategi WO • Perbaikan sarana dan teknologi sehingga akan meningkatnya produksi pengolahan ikan • Pengingkatan pemasaran produk melalui promosi dengan koordinasi antara instansi yang terkait dalam pengembangan pasar produk olahan ikan.
Ancaman (T) • Adanya pesaing lain • Prasarana alam kurang mendukung • Harga bahan tambahan yang tidak menentu • Pangsa pasar masih sedikit • Kenaikan harga BBM • Perubahan iklim dan	Strategi ST – Efesiensi penggunaan sarana dan prasarana produksi. – Meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas produk.	Strategi WT – Menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam rangka menjaga kehormonisan dn menambah kesempatan kerja. – Meningkatkan kualitas tenaga kerja secara teknis melalui kegiatan pembinaan untuk

cuaca terhadap bahan baku		memaksimalkan produksi dan daya saing produk.

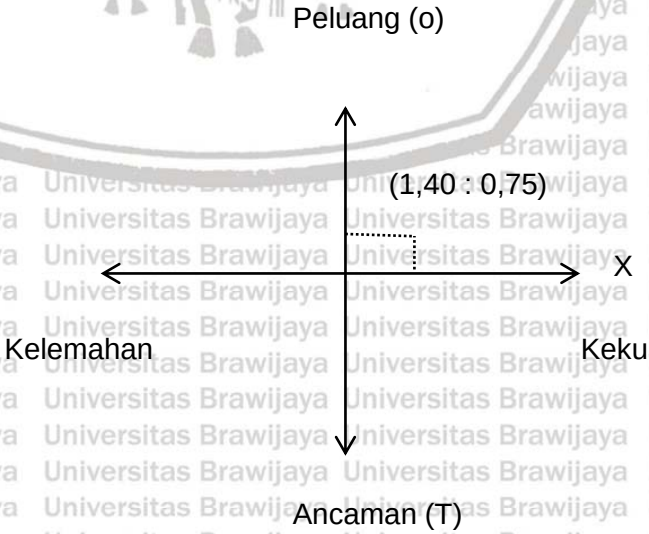
5.6.3. Hasil Analisis Diagram SWOT

Dari hasil pengolahan data faktor internal dan faktor eksternal pada usaha pengolahan ikan, didapatkan skor masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

a) Skor untuk faktor kekuatan : 2,50
b) Skor untuk faktor kelemahan: 1,10
c) Skor untuk faktor peluang : 2,00
d) Skor untuk faktor ancaman : 1,25

- Sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal dan diperoleh nilai koordinat (x) sebesar : X = 2,50-1,10 = 1,40
- Sumber vertical (y) sebagai faktor eksternal dan diperoleh nilai koordinat (y) sebesar : Y = 2,00 – 1,25 = 0,75

Nilai–nilai koordinat pada diagram SWOT bernilai positif, sumbu horizontal (x) sebesar 1,40 dan sumbu vertikal (y) sebesar 0,75. Gambar diagram analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 5.11.



Gambar. 5.11. Diagram Analisis SWOT Mitra Abadi

Pada diagram analisis SWOT diketahui bahwa berdasarkan hasil skoring yang dilakukan terhadap faktor-faktor internal dan eksternal diperoleh nilai koordinat yang terletak di kuadran I (1,40 ; 0,75) yang berarti mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*). Dengan demikian mengacu kepada faktor-faktor dalam IFAS EFAS maka strategi pengembangan utama yang bisa dilakukan adalah meningkatkan komitmen penerapan sistem manajemen pangan seperti upaya sertifikasi produk, meningkatkan jiwa entrepreneur dan kompetensi SDM, meningkatkan jaringan distribusi dan kemitraan, meningkatkan kerjasama dengan masyarakat sekitar perusahaan dan dinas terkait, serta mulai memanfaatkan peluang pasar global.

Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UKM UD. Mitra Abadi

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut diatas dan diintegrasikan dengan temuan dari hasil analisis PLS maka implementasi strategi yang dapat dilakukan UKM "Mitra Abadi" untuk meningkatkan daya saing produk di pasar regional antara lain sebagai berikut:

(1) UKM segera melaksanakan sertifikasi setelah memperbaiki aspek dan non fisik di pabrik nya agar sesuai dengan kaidah GMP.

Dokumen legalitas UKM sudah cukup lengkap dan memadai sebagai persyaratan sertifikasi layak edar. Ketika tulisan ini disusun UKM sedang proses registrasi on line untuk mendapatkan sertifikat MD-BPOM, dan telah lulus uji sarana yang dilakukan pihak BPOM.

(2) Memanfaatkan penyuluhan dan pelatihan PPL untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja dan tertib administrasi keuangan yang baik.

UKM dapat secara aktif mengikuti berbagai program pembinaan dan fasilitasi sarana dari berbagai pihak baik Pemerintah ataupun lembaga swasta dan Perguruan Tinggi. Terbukti dalam penelitian ini bahwa kompetensi sdm

berpengaruh pada pemenuhan market requirements dan kemudian dapat meningkatkan daya saing produk.

(3) Menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar dalam rangka menjaga keharmonisan dan menambah kesempatan kerja.

Strategi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sebagian besar usaha pengolahan ikan di kabupaten Lamongan belum menjadi pekerjaan utama, sehingga pengolahan yang dilakukan tidak dilakukan secara intensif. Kesibukan karyawan pada pekerjaan lain menyebabkan karyawan kurang memperhatikan terkait dalam pekerjaan di perusahaan tersebut.

(4) Mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kerja sama dengan *supplier,* serta menjaga kemitraan untuk mempertahankan kontinuitas produksi untuk dapat bertahan di pasar.

Upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk ditujukan agar produk ini dapat bertahan dari pesaingan dengan produk dari daerah lain dan juga untuk memenuhi tuntutan pembeli terhadap kualitas. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan penerapan teknologi yang tepat dalam teknis pengolahan. Dimulai dari pemilihan bahan baku dan bahan tambahan yang berkualitas baik, pengolahan dan pengemasan.

5.7. Hasil Kebaruan Penelitian

Dalam iklim pasar bebas, perdagangan sangat mengedepankan standarisasi dan sertifikasi produk dan perusahaan. Temuan utama dalam penelitian ini bahwa daya saing UKM pengolahan hasil perikanan di pasar bebas ASEAN layak menggunakan strategi agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan – kekuatan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang dimiliki untuk merebut peluang-peluang pasar yang ada. Pasar regional ASEAN itu sendiri kenyataannya dominan terjadi di wilayah Indonesia dengan jumlah penduduk yang amat besar sebagai target pasar. Maka pemasaran dalam negri Indonesia pun sudah tergolong pemasaran regional dan bersaing dengan produk dari

negara ASEAN. Adapun mengekspor produk ke negara ASEAN perlu lebih memperhatikan strategi segmentation, targetting, dan positioning untuk menyesuaikan dengan budaya tiap negara tersebut.

Penguatan daya saing untuk pemasaran regional di wilayah Indonesia terbukti dapat dilakukan melalui strategi sertifikasi produk, dimana strategi ini menuntut terpenuhinya secara beurutan : *legal requirement*, sumberdaya manusia yang berkompeten, dan kualitas produk yang terjamin. Melalui produk yang bersertifikat maka UKM PHP dapat bersaing dengan produk usaha besar maupun produk impor yang mulai banyak masuk ke *retailer* di Indonesia.

Implikasi dari temuan ini dapat dijabarkan beberapa implementasi strategi yang bisa diterapkan seperti tertuang pada tabel 5.21. dimana isi tabel tersebut telah disusun berdasarkan kekuatan pengaruhnya secara statistik.

Tabel 5.21. Kebaruan penelitian faktor penentu daya saing UKM PHP melalui strategi sertifikasi

Hasil analisis PLS	Indikator variabel	Implementasi strategi agresif	Pelaksana
Legal requirement –> Market requirement sertifikasi**)	Kepemilikan dokumen legal usaha	UKM dengan didukung Pemerintah dan swasta harus memiliki niat kuat untuk melengkapi dokumen legal usaha nya seperti SIUP, TDP, TDI, IMB dan HO. Karena dokumen-dokumen tersebut menjadi syarat untuk mendapatkan sertifikat layak edar. Guna mengatasi keterbatasan UKM untuk memenuhi tuntutan ini maka hendaknya POKLAHSAR yang ada dipisah menjadi unit produksi dan unit pemasaran. Sehingga progam binaan yang dilakukan bisa fokus pada bagian penguatan produksi ataupun penguatan pemasaran. Unit pemasaran yang hampir di semua POKLAHSAR masih lemah (sehingga tidak mendukung tuntutan pasar regional) perlu dikuatkan melalui: legalitas unit pemasar (misal UD. Distributor), menyatunya unit pemasar untuk beberapa produk sejenis ataupun unit distributor bentukan pemerintah yang dikelola secara professional dan berdaya saing.	UKM, DISPERINDAG
	Kepemilikan dokumen legal produksi	UKM dengan didukung Pemerintah dan swasta harus memiliki niat kuat untuk memiliki dokumen legal produksi nya seperti SKP, uji sarana BPOM. Karena dokumen-dokumen tersebut menjadi syarat untuk terpenuhinya sertifikasi layak edar pasar regional: HACCP dan ML atau MD BPOM. Keberatan utama UKM dalam hal ini adalah pemenuhan kaidah GMP dan SSOP dalam unit produksinya yang akan menjadi fokus utama pihak auditor. Penyebab keberatan UKM adalah ketidaktahuan bagaimana memenuhi kaidah-kaidah yang dibutuhkan dan mewujudkan sarana fisik	UKM, DKP, BPOM

		yang relatif mahal. Maka pihak stakeholder bisa memfokuskan progam binaan pada peningkatan knowlodge dan bantuan sarana fasilitasi pemenuhanan kaidah GMP.	
Sumberdaya manusia →Market requirement sertifikasi**)	Ability	SDM UKM perlu ditingkatkan kemampuan individunya untuk unit produksi dan unit pemasaran dalam hal berproduksi yang sesuai kaidah GMP, mengelola bisnis, memimpin, mengendalikan situasi, menerapkan strategi laut biru dengan modal melimpahnya sumber daya ikan/ udang.	UKM, DKP, DISPERINDAG, Perguruan Tinggi, LSM
	Skill	SDM UKM perlu ditingkatkan ketrampilannya dalam hal produksi bagi unit produksi; komunikasi, negosiasi, administrasi, keuangan, pasar modern, dan salesmanship bagi unit pemasaran.	
	Spirit entrepreneur	SDM UKM perlu ditingkatkan spirit kewirausahaannya seperti berinovasi, kreatif, tahan banting, menerima perubahan utamanya dalam menghadapi era perdagangan bebas yang dicirikan antara lain dengan cepatnya perubahan dan mengemukanya teknologi IT.	
	Knowledge	SDM UKM perlu ditingkatkan penguasaan ilmu dan teknologi utamanya terkait pengetahuan tentang produk dan proses yang memenuhi GMP, manajemen bisnis, pengetahuan tentang promosi dan pemasaran.	
Kualitas produk →Market requirement sertifikasi*)	Kualitas produk sesuai SNI	UKM terus diarahkan untuk memproduksi produk berkualitas minimal setara SNI, karena ini menjadi persyaratan untuk pencapaian sertifikat layak edar. Konsentrasi unit produksi terhadap permasalahan ini lebih bisa terwujud bila fokus tidak dipecah untuk memikirkan aspek pemasaran produk. Pencapaian produk dengan kualitas SNI membutuhkan penerapan GMP	UKM, DKP, Depkes, Perguruan Tinggi, LSM

		yang sementara ini relatif mahal bagi UKM maka dibutuhkan kreatifitas formulasi, proses, bahkan kemasan yang berbiaya rendah namun tetap memenuhi standar.	
	Teknologi proses	UKM diarahkan untuk memahami, mengendalikan, dan merekayasa teknologi proses yang digunakan untuk menghasilkan produk sesuai standar namun dengan biaya terjangkau sehingga harga jual terjangkau konsumen.	
Market requirement Sertifikasi → daya saing**)	Kepemilikan sertifikat layak edar internasional: HACCP, ML – BPOM, Halal, ISO 22000, BRC	UKM harus segera memiliki sertifikat layak edar yang diperlukan untuk masuk pasar ASEAN sehingga UKM PHP mampu berdaya saing utamanya di dalam negri Indonesia sendiri yang merupakan medan besar pasar ASEAN. Perlu dukungan progam dan kemudahan bagi UKM PHP untuk mendapatkan sertifikat BPOM, SKP dan HACCP. Perolehan sertifikat PIRT yang selama ini menjadi target dari program-program binaan tidak dapat memenuhi market requirement yang dibutuhkan karena UKM PHP mengolah produk berbahan dasar daging ikan. Mahalnya biaya yang dibutuhkan untuk perolehan sertifikat tersebut memunculkan pemikiran perlunya menyatunya UKM dengan produk sejenis di suatu wilayah sehingga beban biaya pemenuhan sarana bisa ditanggung bersama untuk mendapatkan sertifikat BPOM bahkan HACCP. Pemerintah pun menjadi lebih mudah mengontrol dan meluncurkan progam pengembangan UKM.	KKP, DKP, Depkes, BPOM, BSN, LP-POM MUI
	Kepemilikan sertifikat layak edar nasional: PIRT, MD-BPOM, Halal, SNI		

Regulasi → daya saing*)	Diplomasi Pemerintah	Pemerintah diharapkan membantu diplomasi dengan pihak luar negri agar produk UKM PHP mudah berpenetrasi ke negara tersebut, baik terkait kemudahan persyaratan barang masuk, mengikuti exhibition, dan solusi saat ada kasus. Seperti yang dilakukan Pemerintah Vietnam saat mengenalkan ikan dori ke Eropa. Produk UKM yang telah bersetifikat layak didukung untuk mengikuti berbagai international exhibition di dalam dan luar negeri termasuk fish expo rutin di Eropa. Hal ini hanya bisa terwujud bila produk UKM telah memenuhi standar dan pengorganisasian UKM telah modern dengan unit pemasaran yang fokus pada tugasnya.	KEMENLU, KEMENKUHAM, KKP, Perguruan Tinggi, LSM, BPOM
	Regulasi terkait ekspor	Pemerintah diharapkan memudahkan regulasi ekspor agar UKM PHP lebih berpeluang menjual produk ke pasar ASEAN, misal dengan membentuk distributor yang menjadi mediator UKM dengan pihak buyer ; membuat regulasi yang efisien dan mudah bagi UKM dalam memenuhi legal dan market requirement dengan mengurangi keterlibatan stakeholder yang sekarang ini terlalu banyak yang menyebabkan pengurusan dokumen menjadi kompleks. Sementara tiap sertifikat memiliki masa berlaku sehingga UKM harus mencurahkan banyak waktu hanya untuk pengurusan dokumen.	

Dengan demikian, implementasi strategi agresif yang bisa diterapkan pada UKM PHP dalam rangka meningkatkan daya saing produk di pasar regional perlu berorientasi pada strategi sertifikasi produk yang selama ini belum banyak terpenuhi di lapangan. Penciptaan kualitas produk minimal setara SNI dan kepemilikan legal requirement menjadi modal penting UKM untuk memenuhi market requirement sertifikasi. Untuk itu dibutuhkan sdm yang berkompeten dan fokus pada tugasnya serta kemudahan regulasi untuk pencapaian sertifikat layak edar baik di pasar regional maupun internasional.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

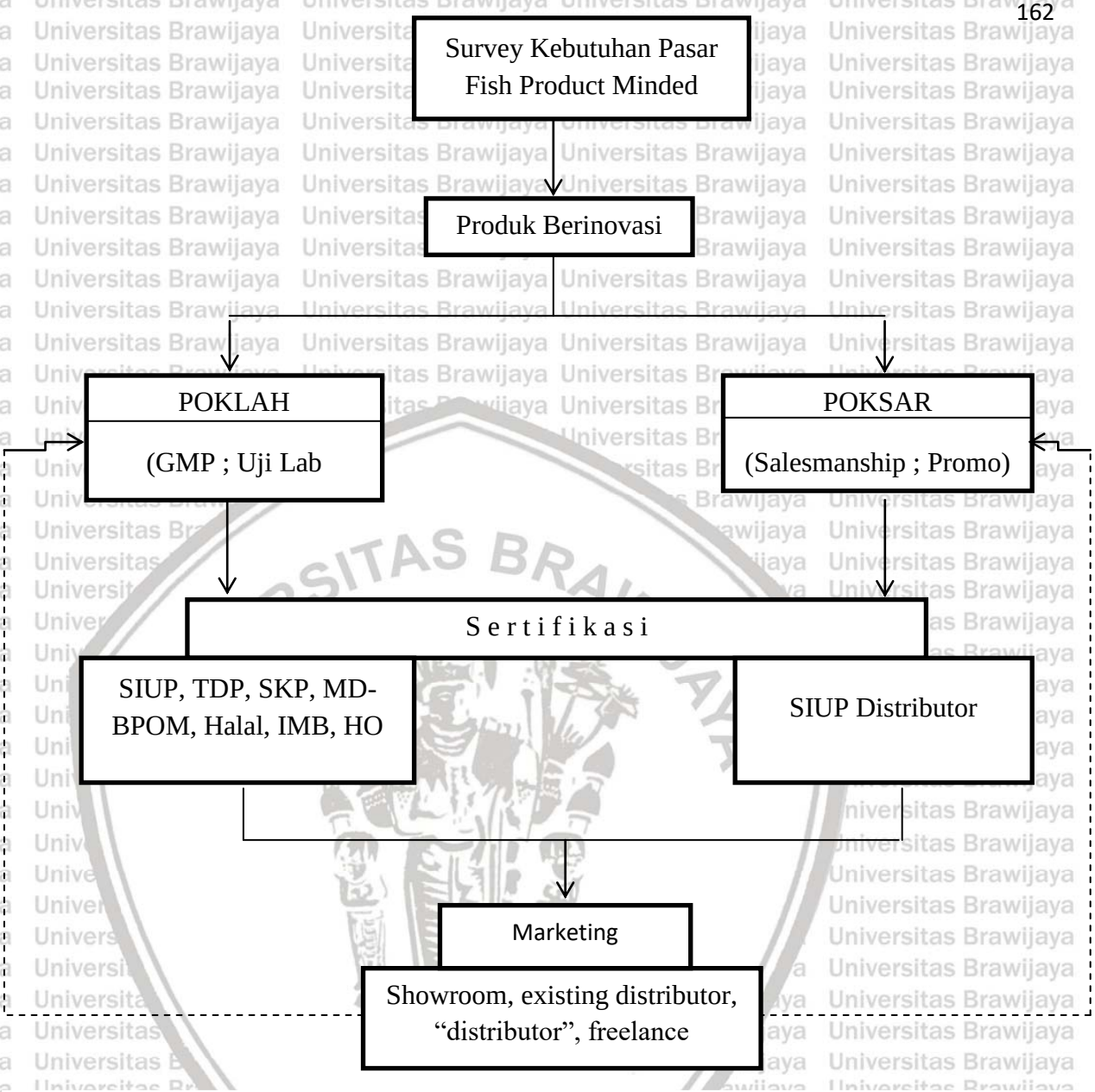
6.1 Kesimpulan

1) *Legal requirements,* sumberdaya manusia dan kualitas produk berpengaruh nyata dan positif terhadap *market requirements* sertifikasi ($p < 0,05$), sementara variabel koordinasi instansi dan regulasi tidak berpengaruh terhadap *market requirements* sertifikasi ($p > 0,05$).
2) Secara bersama-sama variabel *legal requirements*, kualitas produk, dan sumberdaya manusia melalui *market requirements* sertifikasi sebagai variabel mediator berpengaruh nyata terhadap daya saing produk UKM-PHP di pasar regional ASEAN ($p < 0,01$). Juga variabel regulasi secara langsung berpengaruh nyata terhadap daya saing produk ($p < 0,05$).
3) Strategi sertifikasi dalam peningkatan daya saing produk UKM-PHP terhadap aksesibilitas dan penetrasi produk olahan ikan ke pasar regional ASEAN adalah menggunakan strategi agresif dengan menggunakan kekuatan potensi sumberdaya manusia dan sumberdaya alam yang ada untuk memanfaatkan peluang pasar, utamanya melalui pemenuhan *legal requirements* bagi UKM dan pemenuhan *market requirements* untuk produk UKM bisa berpenetrasi ke pasar.

6.2 Saran

1) Diharapkan koordinasi antar instansi baik Pemerintah ataupun swasta lebih berorientasi kan pada peningkatan daya saing UKM di pasar regional, misal dengan penyusunan program yang berpotensi menaikkan omset UKM dan peningkatan volume penjualan.

2) Diharapkan peran pemerintah (dhi. Dinas Perikanan Kelautan dan Dinas Perindustrian & Perdagangan) dalam memberikan kemudahan penerapan persyaratan legal pendirian dan sertifikat layak edar UKM pengolahan ikan, karena penerapan regulasi yang melibatkan terlalu banyak stakeholder akan membatasi pertumbuhan dan perkembangan UKM PHP.
3) Perlu distributor profesional bentukan Pemerintah untuk menginisiasi produk UKM php menembus pasar. Atau bapak angkat dari perusahaan besar yang dapat mengurus sertifikasi lebih mudah.
4) Mengantisipasi mahalnya sarana GMP perlu menyatunya UKM dengan produk sejenis di suatu wilayah untuk mendapatkan sertifikat BPOM bahkan HACCP.
5) UKM PHP untuk berdaya saing di pasar regional layak menggunakan strategi sertifikasi dan membutuhkan dukungan banyak pihak, termasuk pemerintah, organisasi swasta dan perguruan tinggi. Kiranya perlu rangkaian tahapan dan progam yang jelas dan terarah sehingga kekurangan UKM dapat terbenahi dan memiliki kapabilitas untuk bersaing.
6) Bagan :



Mengatasi beberapa kelemahan selama ini:

- Pembentukan sentra2 pemasaran produk tetap akan tidak efektif bila produk belum bersertifikat MD – BPOM dan tidak jelas metode salesmanship nya.
- Produk tidak bisa masuk ke Existing distributor yang ada karena kebanyakan distributor hanya bersedia memasarkan produk yang sudah dikenal masyarakat karena mereka mengeluarkan biaya besar untuk operasional nya. Maka perlu distributor profesional bentukan Pemerintah.
- Produk sulit masuk big/mini retailer karena ketentuan umum mereka unutk masuk 1 item produk mesti bisa supply minimal ke 30 outlet nya. Kemudian dikontrol harian untuk memastikan produk terlihat oleh konsumen dan segera diisi bila habis.

DAFTAR PUSTAKA

Adiningsing S., 2000. Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. Laporan BPS dan Menteri Negara Koperasi dan UKM. Jakarta

Alijoyo, F.A., Agung, A.M.L., dan Alwi, J.R., 2003, Leaping to The Next Curve Perjalanan PTPN 13 Menuju Organisasi Kelas Dunia, Cetakan I, Salemba Empat, Jakarta

Ardiana I.D.K.R., I.A. Brahmayanti, Subaedi. 2010. Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.12, No. 1, Maret 2010: 42-5

Ardjouman D. and B. Asma, 2015. Marketing Management Strategies Affecting Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Cote d'Ivoire. International Journal of Business and Social Science Vol. 6, No. 4; April 2015

Arief R., Iriani Y., Oktarina R.. 2012. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah. Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1, Februari 2012: 14–21. Universitas Widyatama. Bandung.

Arpah, M. 1993. Pengawasan Mutu Pangan. Penerbit "TARSITO", Bandung.

Astuti M., Catur H.C., Sulistiyowati W., Udisubekti, Dana K., 2014. Analisis Hubungan Produktivitas Dengan *Technology Content* PadaUsaha Kecil dan Menengah (UKM). Jurnal Spektrum Industri Vo. 12, NO. 1, 1-112 ISSN: 1963-6590. Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan Prodi Teknik Industri, ITS-Surabaya

Awan A.G. and S. Hashmi, 2014. Marketing Practices of Small and Medium Size Enterprises: A Case Study of SME'S in Multan District.Published by European Centre for Research Training and Development UK (www.eajournals.org). European Journal of Business and Innovation Research. Vol.2,No.6,pp.9-20, December 2014

Azwar, S. 1997. Reliabilitas dan Validitas. Edisi ke 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Bappeda Jatim, 2016. Lamongan Jadi Minapolitan Perikanan. 21 Oktober 2015. http://bappeda.jatimprov.go.id/2016/04/02/lamongan-jadi-minapolitan-perikanan/

Badan Standarisasi Nasional (BSN). 1998. Sistem Analisa Bahaya dan Pengendalian Titik Kritis (HACCP) serta pedoman penerapannya. Badan Standarisasi Nasional (BSN). Jakarta

Badan Standarisasi Nasional (BSN). 2013. Penerapan SNI Pada Dasarnya Bersifat Sukarela. Diakses 28 Juli 2013 dari http://web.bsn.go.id/bsn/activity.php?id=52

Badan Standarisasi Nasional (BSN). 2009. Sistem Manajemen Keamanan Pangan-Persyaratan untuk Organisasi dalam Rantai Pangan. Standar Nasional Indonesia. SNI ISO 22000:2009

Bank Sigfried. 2011. European Market & Trends. CBI (Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries). The Haque. Netherlands.

Bhuiyan, A.K.M.A., W.M.N. Ratnayake, and R.G. Ackman. 1993. Nutritional Composition of Raw and Smoked Atlantic Mackerel (Scomber scombrus): Oil and Water Soluble Vitamins. J. Food Composition and Analysis 6: 172−184.

Bigliardi B., Colacino P. and A.I. Dormio, 2011. Innovative Characteristics of Small and Medium Enterprises. J. Technol. Manag. Innov. 2011, Volume 6, Issue 2

Bligh, E.G., S. J. Shaw, and A.D. Woyewoda.1988. Effects of drying and smoking on lipids of fish In Fish Smoking and Drying, the Effect of Smoking and Drying on the Nutritional Properties of Fish J.R. Burt, (Ed.). Elsevier Applied Science, London and New York. p. 41−52.

Burt, J. R., 1988. Fish smoking and drying, the effect of smoking and drying on the nutritional properties of the fish. Elsevier Apllied Science.

Char A.K., Yasoa M.R.B and Z. Hasan, 2010. Small and Medium Enterprises (SMEs) Competing in the Global Business Environment: A Case of Malaysia. International Bussiness Research. Vol. No. 1. Page 66-75

Chin, W.W., 1995. Partial Least Squares is to Lisrel as Principal Components Analysis is to Common Factor Analysis. Technology Studies 2, 315–319.

Cohen J. (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. New York, NY: Routledge Academic

Cunningham, Li Xue and Chris Rowley. 2005. Human resource management in Chinese Small and Medium Enterprises. Emerald Group Publishing Limited. Vol. 36 No. 3. Pp. 415-439

Darmawan, T., 2008. Peran Sertifikasi Profesi Guna Meningkatkan Daya Saing Produk Pangan. Makalah disajikan dalam Sosialisasi BNSP KADIN. Jakarta

Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Timur. 2015. Perkembangan Produksi Perikanan di Jawa Timur dalam ton/tahun. Laporan Statistik Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Timur. Surabaya

Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Timur. 2014. Perkembangan Ekspor Komoditi Perikanan di Jawa Timur. Laporan Statistik Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Timur. Surabaya

DitJend P2HP-KKP, 2015. Direktur Pengembangan Produk Non Konsumsi. 2015. Kebijakan Industrialisasi Pengolahan Hasil Perikanan Menghadapi MEA 2015. Disampaikan pada Seminar Nasional Perikanan Dan KelautanFakultas Perikanan Dan Kelautan Universitas Brawijaya. Malang

Ditjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (P2HP). 2014. Pentingnya Peran Pendampingan Penyuluh Perikanan (PP) Mendukung Keberhasilan Program Prioritas KKP. Jakarta

Dulman J.Y., 2011. Analisis Kebijakan Pemerintah dalam Pembinaan Usaha Kecil dan Menengah untuk Menghadapi ASEAN-China Free Trade Agreement (Studi Kasus Pada Kawasan PIK Pulogadung). Tesis. Universitas Indonesia Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi. Jakarta

FAO, 2007. Buku Petunjuk Praktis Bagi Produsen dan Eksportir Asia. Peraturan, Standard dan Sertifikasi untuk Ekspor Produk Pertanian. Jakarta

Faqihudin M., Setyowati S. dan Y. Utami, 2014. Hubungan Praktek Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan Tingkat Produktivitas Kinerja Pekerja UKM di Wilayah Kota Tegal. Prosiding Sosial, Ekonomi, dan Humaniora. ISSN 2089-3590. Jurusan Ekonomi Manajemen, Universitas Pancasakti Tegal.

Fening F.A., 2012. Impact of Quality Management Practices on the Performance and Growth of Small and Medium Sized Enterprises (Smes) in Ghana. Associate Professor of Management & Chair - Les Reagin Professor of Strategic Management Webber International University 1201 N. Scenic Hwy Banson Park, Fl 33827, USA. International Journal of Business and Social Science. Vol. 3 No. 13. Page 1-13

Ferdinand, A. 2008. Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Manajemen. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, I., 2008, Model Persamaan Struktural: Konsep Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0, Badan Penerbit UNDIP. Semarang.

Ghozali, I., 2011. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square Edisi 3.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

Ghozali, I. dan H. Latan, 2014. Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program Warp PLS 4.0 (edisi Kedua). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegaro

Handriani E., 2011. Analisis Faktor Daya Saing di Kabupaten Semarang. Dinamika Manajemen://journal.unnes.ac/nju/index.php/jdm. JDM Vol. 2, No. 1, 2011. Pp:17-25. Fakultas Ekonomi, Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI, Ungaran, Indonesia

Hanif A. and I.A. Manarvi, 2009. Influence of Quality, Innovation and New Product/Services Design on Small and Medium Enterprises. Proceedings of the World Congress on Engineering 2009 Vol I. WCE 2009, July 1 - 3, 2009, London, U.K.ISBN: 978-988-17012-5-1

Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R,L., Black W.C., 2006, Multivariate Data Analysis with Readings, 3th Edition, Macmillan Publishing Company, New York.

Hardjito, L. 2006. Diktat Kuliah Pengantar Teknologi Hasil Perikanan. Bogor: Departemen Teknologi Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor.

Hariyadi P., 2011. Standarisasi Mutu dan Keamanan Pangan. SEAFAST Center. LPPM-Institut Pertanian Bogor.

Hasyim H.I.A., 2012. Regionalisasi Ekonomi Kawasan Asia Tenggara dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Indonesia. Makalah. Ilmu Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi Universitas Malang

https://jatim.bps.go.id/statictable/2018/11/14/1415/produksi-perikanan-di-jawa-timur-ton-2010-2017.html diakses 1 Oktober 2018

http://surabaya.tribunnews.com/2018/05/05/produktivitas-kian-meningkat-pemprov-jatim-terus-kembangkan-perikanan. diakses 2 Oktober 2018

Indarti, I, 2014. Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi ASEAN Economic Community 2015. 3rd Economics and Business Research Festival. Fakultas Ekonomi STIE Widya Manggala. Semarang. Hal. 1013-1028

Ionita I., Popescu F., Done I., Andrei J., Matei M. and J. Subic. 2009. Quality - a Factor for Competitiveness Improvement for Small and Medium Enterprises. The Annals of "Dunarea de Jos" University of Galati. Fascicle I – 2009. Economics and Applied Informatics. Years XV – no 2 - ISSN 1584-0409

Jogiyanto, 2011. Konsep dan Aplikasi Struktural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis. UPP STIM YKPN, Yogyakarta

Kim, W.C. dan R. Mauborgne. 2015. *Blue Ocean Strategy.* Published by INSEAD Blue Ocean Strategy Institute in Fall, 2015 Copyright Kim & Mauborgne ©2015. All right reserved.

KKP. 2014. Peran Ikan dalam Mendukung Ketahanan Pangan & Gizi Nasional. Disampaikan oleh Dir PDN/P2HP/KKP, dalam FGD-P2HP/KKP 2 Oktober 2014 : Dinamika Pemasaran Dalam Negri. Surabaya

KKP. 2015. Potensi Produksi Perikanan Bisa Capai 13,82 Ton. Pusat Analisis Kerjasama Internasional dan Antar Lembaga Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). Jakarta

KKP. 2017. Laporan Kinerja Kementrian Kelautan Perikanan tahun 2016. Revisi 18 Mei 2017. KKP. Jakarta.

Kotler P., 1992.Manjemen Pemasaran.Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, P., 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Prehallindo, Jakarta.

Krisna. 2007. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. Jakarta : Mitra Wacana Media

Kumorotomo dan Wahyudi. 2008. Perubahan Paradigma Peran Pemerintah dalam Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Makalah Background Study RPJMN Tahun2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasidan UMKM, Bappenas, September 2008.

Margaretha F. dan E. Japarianto, 2012. Analisa Pengaruh Food Quality and Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecik Toko Roti Ganep's di Kota Solo. Jurnal Manajemen Pemasaran.

Markovics, 2005. *Competitiveness of Domestic Small and Medium Enterprises in the European Union*. European Integration Studies, Miskolc, Vol 4. Number 1. 13-24.

Mathis dan Jackson, 2002, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi pertama, Cetakan Pertama, Salemba Empat. Yogyakarta.

Meliala A.S., Matondang N. dan R. Sari, 2014. Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen. ISSN 2088-4842 Optimasi Sistem Industri. Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara

Moorthy, M. K., A. Tan, C. Choo, Chang S. W., J. Tan Yong Ping, dan Tan Kah Leong. 2012. A Study on Factors Affecting The Performace of SME in Malaysia. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. Vol. 2. No. 4. ISSN: 2222-6990

Mudrajat K., 2003 . *Ekonomi Pembangunan,* edisi ketiga. Yogyakarta: Penerbit UPP AMP Y KPN. 2003

Mukhlis I., 2009. Integrasi Ekonomi Dalam Perspektif Teori. Tulungagung: Cahaya Abadi.

Nazir M., 1988, Metode Penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Nasution, MN. 2004. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Control). Bogor: Ghalia Indonesia

Norman T. S. and G. Vaidyanathan, 2009."Using a value creation compass to discover “Blue Oceans”", Strategy & Amp; Leadership, Vol. 37 Iss 2 pp. 13-20 http://dx.doi.org/10.1108/10878570910941172

Nuvriasari A., Wicaksono G. dan Sumiarsih, 2015. Model Strategi Peningkatan Daya Saing UKM Industri Kreatif Berbasis Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. ISBN : 978-602-14930-3-8. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana. Yogyakarta

Nurzamzami A. dan E.H. Siregar, 2014. Peningkatan Daya Saing UMKM Alas Kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran. Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol. 5, No. 1, April 2014. IPB. Bogor

Omar C.M.Z.C and T. Anas, 2014. The Marketing of Small and Medium Enterprise (SME) Production Based on Food Processing. European Journal of Business and Social Sciences, Vol. 3, No. 5, URL: http://www.ejbss.com/recent.aspx. ISSN: 2235 - 767X. pp 76-87,

Opstvedt, J. 1988. Influence of Drying and Smoking on Protein Quality in J.R. Burt (Ed.) Fish Smoking and Drying: The Effect of Smoking and Drying on The Nutritional Properties of Fish. Elsevier Applied Science, London.

Pan, B.S., 1988. Undesirable Factors in Dried Fish Products in Fish Smoking and Drying, The Effects of Smoking and Drying on The Nutritional Properties of Fish J.R. Burt (Ed). Elsevier Applied Science. London and New York P. 61-71

Porter, M., 1990. The Competitive Advantage of Nations, New York

Porter, M.F., 2009. International Cluster Competitiveness Project. Institute for Strategy and Competitiveness, Havard Business School; Molnar, M and M. Lesher. 2008. Recovery and Beyond: Enhancing Competitiveness to Realise Indonesia’s Trade Potential, OECD Trade Policy Papers, No. 82, OECD Publishing

Porter, M.E. 1980. Competitive Advantage.(Tim Binarupa Aksara, Pentj). Jakarta : Binarupa Aksara.

Prasetya H.D., 2014. Penerapan SNI pada UKM dan ketersediaan Infrastruktur Mutu di Baristand Industri Palembang. Balai Riset dan Standarisasi Industri Palembang

Primyastanto M, 2011. Manajemen Agribisnis. UB Press. ISBN : 978-602- 8960-08-3. Edisi Pertama. Malang

Raghunath MR, Sankar MR Radhakrishnan TV, Suseela Mathew AG, Ammu K, Ravishankar CN, Jayan K, Leema J. 2000. Biochemical investigations on Antartic Krill, *Ephausia superba.* Fishery Technol. 37(1):19-24.

Rahayu W.P., Nababan H.B., Hariyadi P.C., Novinar, 2012. Keamanan Pangan Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk Penguatan Ekonomi Nasional. Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan; dan *Seafast Center*, IPB Kampus IPB Bogor.

Rahmana A. 2009. Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009. ISSN: 1907-5022. Yogyakarta.

Rangkuti, F. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Santoso, Hardjomidjojo H., Haluan J., dan S.H. Wisudo, 2009. Pengembangan Sistem Sertifikasi Berbasis Jaminan Mutu dan Keamanan Pangan Produk Udang EKspor. Development of Certification System Based on Quality Assurance and Food Security for Export Shrimp Product. *Buletin PSP, Vol. XVIII, No.2, Agustus 2009.* IPB. Bogor.

Saptanto, S. 2011. Daya Saing Ekspor Produk Perikanan Indonesia Di Lingkup ASEAN dan ASEAN-China. Jurnal Bijak dan Riset Sosek, 6:51-60

Sastrosoenarto. 2006. Indsutralisasi Serta Pembangunan Sektor Pertanian dan Jasa Menuju Indonesia Visi Indonesia 2030. Gramedia Pustaka, 2006.

Schaper, M., Volery, T., Weber, P., Lewis, K. 2013. Entrepreneurship and Small Business (3 rd Asia- Pacifiq Edition). Australia: John Wiley & Sons

Sheetal, Sangeeta and R. Kumar, 2012. Marketing Strategies of Small and Medium Enterprises: A Sample Survey. IJMRS's International Journal of Management Sciences, Vol. 01, Issue 02, June 2012, ISSN: 2277-968X

Sholikin, M. dan D. Ratmono, 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi

Sikorski, Z. 1988. Smoking of Fish and Carcinogens in Fish Smoking and Drying, The Effect Smoking and Drying on Nutritional Properties of Fish J.R. Burth (Ed) Elsevier Applied Science, London and New York p. 73-83

Simangunsong, S. 2008. Analisis Kebijakan Pengawasan Mutu dan Keamanan Produk Perikanan Indonesia Menyikapi Era Globalisasi Perdagangan.http://repositor.ipb.ac.id/ handle/123456789/46881. Diakses pada tanggal 19 Maret 2012.

Singh R., Mohanty M., and A. Mohanty, 2013. Performance Appraisal Practices in Indian Service and Manufacturing Sector Organizations. Asian Journal of Management Research. Online Open Access publishing platform for Management Research. Research Article ISSN 2229-3795.

Soekartawi, 2003. *Prinsip Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press. Jakarta

Stanton W.J., 1978. Fundamental of Marketing . New York: McGraw Hill. Book Company Inc.

Sudaryanto, T dan P. Simatupang. 1993. *Arah Pengembangan Agribisnis : Suatu Catatan Kerangka Analisis dalam Prosiding Perspektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia*. Bogor: Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, IPB. Available from URL: http://www.ipard.com/art_perkebun di akses 12 September 2009.

Sukesi H., Suminto, Ranni Resnia, Erizal Mahatama, Yudha Hadian Nur, Bagus Wicaksena. 2013. Kajian Kebutuhan Standard Dalam Dimensi Daya Saing Dan Perlindungan Konsumen. Laporan Akhir. Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri. Badan Pengkajian Dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan RI. Jakarta.

Sukmadinata,Nana Syaodih. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung:Remaja Rosda Karya

Suprihartini R., 2005. Daya Saing Ekspor Teh Indonesia Di Pasar Teh Dunia. Bogor: Lembaga Riset Perkebunan Indonesia

Susilo, 2010. Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA, Buletin Ekonomi, Vol. 8, No. 2, hal 70-170

Sulistyowati W, M.A. Sofijanto, Budi Rianto, Bimo D. 2018. Cold Chain System Application in Certificate Preparation of Fish Processing Small and Medium Scaled Enterprise in Lamongan, East Java Indonesia. *IOSR Journal of Agriculture and Veterinary Science (IOSR-JAVS) e-ISSN: 2319-2380, p-ISSN: 2319-2372. Volume 11, Issue 2 Ver. I (February 2018), PP 33-41 www.iosrjournals.org*

Sulistyowati W, Titiek Indhira A., M. Arief Sofijanto, Herman, Akhmad Dzulfiqor. 2014. Faktor Sertifikasi Dan Brand Image Dalam Pengembangan Unit Bisnis "Delinutri" Seafood Hiu. Jurnal Dewa Ruci Vol: 1 No: 1 Agustus 2014. Hang Tuah Press. Surabaya.

Sulistyowati W., 2015. Mengembangkan Usaha Bersifat Individu Menjadi Kelembagaan Usaha Yang Berkelompok. Disampaikan dalam Bimbingan Teknis Kelembagaan Usaha Bagi UMKM Wanita Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan UKM Perikanan Jawa Timur, Di Dinas Perikanan & Kelautan Propinsi Jawa Timur. Surabaya, 11062015.

Supranto, J., 2004 Proposal Penelitian dengan Contoh. UI Press. Jakarta

Susilo Y.S., 2010. Strategi Meningkatkan Daya Saing UKMK dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA. Buletin Ekonomi Vol. 8, No. 2 Agustus 2010. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Hal. 70-170

Sutaryo, 2004, Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Adopsi Tekonologi Internet oleh UKM, Jurnal ekonomi dan Keuangan, Vol. 2, No.2 (Juni), pp 290

Sutiyono, W., 2014. Adminisrative reform for business start-up of SMEs in Indonesia: Analysis throgh whole-of-government perspective. Canberra: University of Canberra

Triyanto A., Muhammad S., Amiruddin Saleh. 2012. Bantuan dan Kemitraan Terhadap Tingkat Pendapatan UMK Pengolahan Hasil Perikanan di Indonesia. Manajemen IKM, September 2012 (172-180) Vol. 7 No. 2 ISSN 2085-8418 http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/

Tjiptono, F., 2008. Strategi Pemasaran, EdisiTiga. Cetakan Keempat. Andi. Yogyakarta

Ulum M., Tirta I.M., dan D. Anggraeni, 2014. Analisis Structural Equation Modeling (SEM) untuk Sampel Kecil dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS). Proseding Seminar Nasional Matematika. Universitas Jember.

Umar, S. 2008. Implementasi Knowledge Management pada UMKM Indonesia untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Dunia Internasional. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 12, No. 2, Hal: 149–160.

Undang-Undang Republik Indonesia No 20 tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Wibowo H. dan Husnain, 2016. Sertifikasi dan Pasar Pertanian Organik. Balitbangtan Balai Penelitian Tanah. Jakarta

Wijaya, H.C., 2011. Ruang Lingkup Pengaturan Pangan dan Kegunaannya. Standarisasi dan Legislasi Pangan. Jakarta

Wijatno Serian, Ariawan Gunadi. 2014. Perdagangan Bebas dalam Perspektif Hukum Perdagangan Internasional. PT. Gramedia. Jakarta.

Winarno, F.G., dan Fardiaz, S. 1980. Pengantar Teknologi Pangan. Penerbit PT. Gramedia. Jakarta.

Winarno, F.G. dan T.S. Rahayu. 1994. Bahan Makanan Tambahan untuk Makanan dan Kontaminan. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta

Wiryanto W., 2012. Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah Di Kota Banjarbaru Dalam Rangka Millenium Development Goals 2015. Pusat Kajian Administrasi Internasional, Lembaga Administrasi Negara, Jakarta. Disampaikan dalam Seminar Nasional Demokrasi & Masyarakat Madani, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Terbuka pada 13 Juli 2012.

World Bank Report Number 83177-GLB. Dec 2013. Fish To 2030. Prospects for Fisheries and Aquaculture. www.worldbank.org.

World Economic Forum (WEF), 2011 dalam http://www.bappenas.go.id/blog/wpcontent/uploads/2012/10/2_PERINGKAT-DAYA-SAING-INDONESIA-2011-hary-Dralat.pdf

Wulandari D.A., I.W. Abida dan A. Farid, 2009. Kualitas Mutu Bahan Mentah dan Produk Akhir pada Unit Pengalengan Ikan Sardine di PT. Karya Manunggal Prima Sukses Muncar Banyuwangi. Jurnal Kelautan Vol. 2. No. 1 ISSN: 1907-9931. Universitas Trunojoyo.

www.pom.go.id/public/hukum_perundangan/pdf/CPPB-IRT, 2014. Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK 00/05.1.2569 tentang Kriteria dan Tata Laksana Penilaian produk Pangan Kepala BPOM. Jakarta

Yuwono R,R.R. dan Retno A. 2013. Analisa Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha. AGORA Vol. 1, No 3. UK Petra. Surabaya

Zotos, Y., Ziamou, P. and Tsakiridou, E., 1999, "Marketing organically produced food products in Greece: challenges and opportunities", Greener Management International, Vol. 25, pp. 91-104.