

**ANALISIS RANTAI NILAI
KOMODITAS IKAN KURISI (*NEMIPTERUS JAPONICUS*) EKSPOR
DI PT. SUMBER SAMUDERA INDONESIA, KOTA SEMARANG**

*Analysis of the Value Chain of Japanese threadfin bream Commodities (*Nemipterus japonicus*) Exports at PT. Sumber Samudera Indonesia, Semarang City*

Enjelia Antika^{*)}, Azis Nur Bambang, Hendrik Anggi Setyawan

Departemen Perikanan Tangkap, Jurusan Perikanan,

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Sudarto, SH, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah – 50275, Telp/Fax. +6224 7474698

(email: enjeliaantika98@gmail.com)

ABSTRAK

Perubahan pola makan dari *red meat* ke *white meat* membuka peluang terhadap tingkat konsumsi produk perikanan khususnya Kurisi pada masyarakat dunia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, prosedur ekspor, dokumen perdagangan dan standar kelayakan oleh negara pengimpor, sistem distribusi, selisih margin pemasaran, pangsa pasar, teknik pembiayaan, kontrak dagang, resiko dan hambatan dalam perdagangan internasional serta faktor yang mempengaruhi permintaan Ikan Kurisi di PT. SSI. Pengambilan data menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda pada aplikasi SPSS dan dilakukan pengujian SWOT. Hanya terdapat satu pola saluran pemasaran meliputi *supplier* bahan baku, produsen sekaligus eksportir yang merupakan PT. SSI, *buyers* luar negeri sebagai distributor serta para konsumen Ikan Kurisi. Total margin pemasaran Rp 6.500 dan pangsa pasar 1,66 %. Sistem pembayaran L/C dengan kondisi penjualan FOB. Hambatannya yaitu ketersediaan modal, kelengkapan infrastruktur, HACCP masih B. IFE sebesar 2,51 dan EFE sebesar 3,23. Nilai signifikan x_1 sebesar $0,063 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $1,941 \leq t$ tabel.; Nilai signifikan harga bahan baku sebesar $0,544 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $-0,615 \leq t$ tabel; Nilai signifikan kurs dollar sebesar $0,063 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $-1,942 \leq t$ tabel; Nilai signifikan harga ekspor Ikan Kurisi sebesar $0,364 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $-0,924 \leq t$ tabel sebesar 2,060. Nilai signifikan Uji F $\geq 0,05$ sebesar 0,134 dan nilai F hitung sebesar $1,936 \leq F$ tabel sebesar 2,73. Koefisien Determinasi hanya memberikan pengaruh sebesar 22,9 %. Faktor permintaan yaitu mutu, harga dan kelayakan pangan. Pengujian laboratorium yang dilakukan *e-coli*, *salmonella*, organoleptik, logam berat, formalin, kimia. Negara tujuan ekspor yaitu ASEAN, Bangladesh dan Tiongkok.

Kata kunci: Ikan Kurisi, PT. SSI, rantai nilai, ekspor

ABSTRACT

*Changes in eating patterns from red meat to white meat open up opportunities for the level of consumption of fisheries products especially Japanese threadfin bream in the world community. The purpose of reserch is to analyze the marketing channels, export procedures, trade documents and eligibility standards by importing countries, distribution systems, differences in marketing margins, market share, financing techniques, trade contracts, risks and barriers to international trade as well as factors affecting the demand for Japanese threadfin bream in PT. SSI. The data collection method used purposive sampling. The data analysis used multiple linear regression analysis on the SPSS application and conducted a SWOT test. There is only one pattern of marketing channels that includes suppliers of raw materials, producers as well as exporters which are PT. SSI, overseas buyers as distributors and consumers of Japanese threadfin bream. The total marketing margin is Rp 6,500 and the market share is 1.66%. L / C payment system with FOB sales conditions. The obstacles are the availability of capital, completeness of infrastructure, HACCP is still B. IFE of 2.51 and EFE of 3.23. The significant value of x_1 is $0.063 \geq 0.05$ or t count is $1.941 \leq t$ table .; The significant value of raw material prices is $0.544 \geq 0.05$ or t count is $-0.615 \leq t$ table; Significant value of the dollar exchange rate is $0.063 \geq 0.05$ or t count is $-1.942 \leq t$ table; The significant value of the export price of Japanese threadfin bream is $0.364 \geq 0.05$ or t count is $-0.924 \leq t$ table is 2.060. Significant value of F Test ≥ 0.05 was 0.134 and the calculated F value was $1.936 \leq F$ table was 2.73. The coefficient of determination only gives an effect of 22.9%. The demand factors are quality, price and food suitability. Laboratory tests were carried out by *e-coli*, *salmonella*, organoleptics, heavy metals, formalin, chemistry. The export destination countries are ASEAN, Bangladesh, and Tiongkok.*

Keywords: Japanese threadfin bream, PT. SSI, value chain, export

PENDAHULUAN

PT. Sumber Samudera Indonesia, Semarang Jawa Tengah merupakan perusahaan PMA (Perusahaan Milik Asing) asal China yang berada di kawasan industri Terboyo. PT. SSI termasuk perusahaan yang mengolah ikan dan mengekspor produk olahan dan pengawetan ikan ke berbagai negara seperti China, Singapura, Vietnam, Eropa, Bangladesh dan lainnya. Setidaknya ada 550 tenaga kerja lokal yang berada di pabrik pengolahan hasil laut ini dan 15 pekerja asing untuk tenaga mesin. Mereka mengolah berbagai jenis hewan laut seperti cumi-cumi, gurita, berbagai jenis ikan, dan udang. Selain mengekspor produk utuh, perusahaan ini juga melayani *headless* dan *fillet* ikan. Potensi ekspor 150 ton per hari, namun hanya 60% yang dapat di ekspor, jika mutunya bagus sekitar 80 ton. PT. SSI menjalin kemitraan dengan nelayan dengan membeli hasil nelayan dengan memesan ukuran yang diinginkan. Seluruh produk yang dihasilkan PT SSI diperuntukkan untuk ekspor dengan nilai US\$ 12 juta per tahun (Purbaya, 2015).

Ikan Kurisi merupakan jenis ikan perairan dasar yang sangat potensial dalam bisnis perikanan. Selain dagingnya yang tebal, permintaan akan Ikan Kurisi cukup banyak bagi negara importir. Perubahan pola makan dari *red meat* ke *white meat* membuka peluang terhadap tingkat konsumsi produk perikanan pada masyarakat dunia. Sementara di sisi lain berlaku kewajiban secara legitimasi pertanggung jawaban untuk menjamin bahwa pengawasan keamanan makanan dimulai dari C ke T atau (*Capture to Table*) atau F to F (*Farm to Fork*). Peningkatan konsumsi produk perikanan juga menyebabkan tuntutan pasar terhadap jaminan kualitas dan keamanan yang selanjutnya mempengaruhi tingkat permintaan suplai bahan baku (*raw material*) produk perikanan yang semakin hari semakin bertambah. Hal ini menyebabkan persaingan pasar yang terus menerus, sedangkan di sisi lain harus mempersiapkan eksportir perikanan yang mampu berdaya saing.

Ikan Kurisi merupakan suatu usaha yang potensi bisnisnya sangat menggiurkan bagi nelayan. Ikan Kurisi menjadi komoditas yang dapat diandalkan dengan harga per kilonya Rp 15.000. Pada skala ekspor, Ikan Kurisi biasa diolah menjadi produk surimi atau diekspor *headless*. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk menunjang rantai nilai dari komoditas Ikan Kurisi tersebut, guna mencapai nilai produksi dan keuntungan yang tinggi. Adanya para pelaku distribusi inilah yang akan mengembangkan bisnis perikanan Ikan Kurisi.

Pentingnya pelaksanaan penelitian ini agar *stakeholder* dan pihak yang ingin berkecimpung di bisnis perikanan mampu menjadi eksportir perikanan yang mampu bersaing di pasar internasional, dengan mengunggulkan produk-produk perikanan. Sehingga nantinya dapat meningkatkan konsumsi *white meat* di kancah global. Penelitian ini menggunakan analisis rantai nilai yang terdiri dari analisis rantai distribusi, margin pemasaran, pangsa pasar dan analisis SWOT. Pengambilan obyek Ikan Kurisi dikarenakan Ikan Kurisi merupakan komoditas ekspor penting di Indonesia yang ditangkap menggunakan Jaring Rampus (*Bottom gillnet*). Permintaan pasar luar negeri akan produk ini sangat menjanjikan, terbukti dengan banyaknya *order list* yang diterima PT. Sumber Samudera Indonesia.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai rantai nilai Ikan Kurisi di PT. Sumber Samudera Indonesia. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum kegiatan dari perusahaan yang diteliti. Perhitungan kuantitatif dilakukan untuk mengetahui besarnya pangsa pasar perusahaan. Sedangkan penentuan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi perusahaan dianalisis secara kualitatif berdasarkan hasil wawancara di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi dan menganalisis terhadap dokumen yang ditemukan di lapangan. Setelah hasil diperoleh maka dipilih faktor-faktor mana yang paling mempengaruhi kemudian dilakukan penguraian terhadap faktor-faktor tersebut. Data selanjutnya dianalisis dengan metode SWOT untuk memperoleh alternatif strategi dan memetakan hasil alternatif strategi ke dalam arsitektur strategik dengan membuat program-program kegiatan yang dapat dijalankan perusahaan untuk jangka waktu tertentu.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dilakukan sesuai tujuan dan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan (*purposive sampling*). Responden yang diambil yaitu 3 orang yang menempati peran yang penting didalam perusahaan. Pengumpulan data meliputi data primer dan sekunder, dengan cara: (1) observasi yaitu pengamatan langsung terhadap keadaan sekitar serta tindakan yang dilakukan oleh orang-orang yang diamati (pekerja), (2) Metode wawancara dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor strategis yang mempengaruhi perusahaan dan menilai sejauh mana perusahaan mampu merespon dengan menggunakan kuisioner, (3) Dokumentasi dilakukan pada produk Ikan Kurisi serta proses-proses yang dilewati sebelum akhirnya di ekspor ke luar negeri oleh PT. SSI, serta dokumen yang dibutuhkan dalam ekspor Ikan Kurisi (*Nemipterus japonicus*) ke luar negeri, (4) Studi pustaka dapat dilakukan sebelum peneliti memulai penelitiannya hal ini bertujuan untuk menemukan informasi yang relevan sesuai dengan obyek penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Rantai Nilai

Metode rantai nilai menggunakan metode porter secara umum. Maka dari itu apabila harga yang dibayar lebih tinggi daripada total biaya yang dikeluarkan oleh suatu aktivitas maka perusahaan akan menghasilkan keuntungan dan marjin. Semakin tinggi perbedaan antara harga biaya maka akan semakin tinggi marjin yang didapat. Terdapat dua lembaga yang dianalisis, yaitu agen penyuplai bahan baku dan PT. Sumber Samudera Indonesia.

2. Analisis Saluran Distribusi

Saluran distribusi komoditas Ikan Kurisi ekspor cukup kompleks. Ikan Kurisi segar biasanya tidak melalui saluran yang begitu panjang. Biasanya Ikan Kurisi segar dari *supplier* langsung dikirimkan ke PT. SSI sesuai ukuran yang dipesan. Selanjutnya, perusahaan akan mengolah Ikan Kurisi menjadi produk beku. Ikan Kurisi olahan biasanya memiliki saluran yang lebih panjang dan biasanya bisa sampai kancan internasional karena lebih tahan lama.

3. Analisis Margin Pemasaran

Menurut Hapsari (2014), margin pemasaran menunjukkan persentase harga jual yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran dibandingkan dengan harga eceran dari bentuk produk yang sama. Nilai margin pemasaran yang diperoleh dihitung dengan menggunakan rumus yaitu sebagai berikut:

$$M = H_p - H_b$$

dimana: M = Margin pemasaran

H_b = Harga pembelian

H_p = Harga penjualan

4. Analisis Pangsa Pasar

Pangsa pasar adalah besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase. Menurut Dewi *et al.* (2016), rumus dari pangsa pasar adalah sebagai berikut:

$$PP = \frac{Sit}{\sum St} \times 100 \%$$

dimana:

PP = Pangsa pasar PT. Sumber Samudera Indonesia dalam tahun t (%)

Sit = Total volume ekspor Ikan Kurisi PT. Sumber Samudera Indonesia pada tahun ke-t (kg)

$\sum St$ = Total volume ekspor Ikan Kurisi Indonesia pada tahun ke-t (kg)

T = Tahun

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Rosita *et al.* (2019), regresi linier berganda adalah suatu alat peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terkait untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel atau lebih dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah ekspor Ikan Kurisi ke luar negeri adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Hipotesis: $\beta_1, \beta_4, \beta_5 > 0; \beta_3,$

Keterangan:

Y = Jumlah ekspor ekspor Ikan Kurisi PT. Sumber Samudera Indonesia ke luar negeri (kg/hari)

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X₁ = Jumlah bahan baku Ikan Kurisi di PT. Sumber Samudera Indonesia (kg/hari)

X₂ = Harga bahan baku Ikan Kurisi di PT. Sumber Samudera Indonesia (Rp/kg)

X₃ = Nilai Kurs (Rp/kg)

X₄ = Harga rill pasar Internasional Ikan Kurisi (\$/kg)

ε = Error

6. Analisis SWOT

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Tiga tahap formulasi strategi menurut David (2004) adalah sebagai berikut:

A. Tahap Input

a). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan. Terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot dan rating. Aspek internal perusahaan yang dianalisis antara lain manajemen sumberdaya manusia, produksi, pemasaran, keuangan, infrastruktur perusahaan, perkembangan teknologi dan pembelian bahan baku. Aspek eksternal mengidentifikasi aspek ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah dan hukum serta teknologi dan kondisi persaingan.

b). Penentuan Bobot

Penentuan bobot dilakukan dengan menggunakan metode *paired comparison*. Bobot tiap faktor berada pada kisaran 0,0 sampai 1,0. Menurut Kinnear dan Taylor (2001), penentuan bobot setiap variabel digunakan skala 1,2, dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:

1 = Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal

2 = Jika indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal

3 = Jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus yaitu:

$$a_i = \frac{X_i}{\sum X_i}$$

$$a_j = \frac{X_j}{\sum X_j}$$

Ket: a_i = Bobot Faktor Strategis Internal ke- i
 X_i = Nilai Faktor Startegis Internal ke- i
 i = 1,2,3.....18

Ket: a_j = Bobot Faktor Strategis Eksternal ke- i
 X_j = Nilai Faktor Startegis Eksternal ke- i
 j = 1,2,3.....10

c). Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Exsternal Factor Evaluation*)

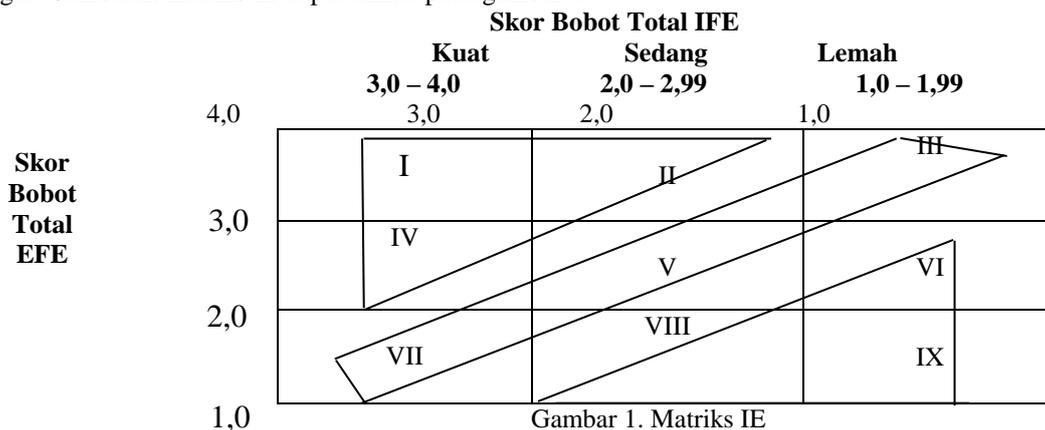
Menurut David (2004), terdapat lima langkah tahapan kerja matriks IFE dan EFE diantaranya (1), Membuat daftar faktor-faktor internal internal, (2), Memberikan bobot pada setiap faktor dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting), (3) Memberikan rating (nilai) antara 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor, (4) Mengalikan antara bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk menentukan nilai skornya, (5) Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total bagi perusahaan yang dinilai.

B. Tahap Pemaduan

Pada tahap ini pemaduan digunakan alat analisis matriks SWOT dan Matriks IE (*Internal-External Matrix*)

a). Matriks IE (*Internal-External Matrix*)

Matriks IE terdiri dari dua dimensi yaitu total skor dari matriks IFE pada sumbu X dan untuk sumbu Y didapatkan dengan skor EFE, dengan skor antara 1,0-1,99 menyatakan posisi internal lemah, skor 2,0-2,99 adalah posisi rata-rata, dan skor 3,0-4,0 adalah posisi kuat. Matriks IE dapat dilihat pada gambar dibawah ini. ungkul. Gambaran matriks IE dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Matriks IE

(Sumber: Kinneer dan Taylor, 2001).

b). Matriks SWOT

Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun juga meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT dituangkan dalam matriks SWOT yang menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

c). Perancangan Arsitektur Strategik

Model arsitektur strategik diperlukan untuk melakukan perencanaan strategik dan sebagai solusi untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat. Langkah yang harus dilakukan adalah pengkajian lebih lanjut mengenai visi dan misi perusahaan. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap lingkungan internal serta eksternal perusahaan. Hasil dari strategik pada matriks SWOT dijabarkan dalam bentuk program-program untuk mencapai sasaran. Identifikasi tantangan dan sasaran pun diperlukan untuk memperoleh keunggulan bersaing

7. Analisis Prosedur Ekspor

Menurut Purnama (2014), tahapan pelaksanaan ekspor secara umum yaitu (1), Korespondensi, (2) Pembuatan kontrak dagang, (3) Penerbitan Letter of credit (L/C), (4) Eksportir menyiapkan barang ekspor, (5) Eksportir mendaftarkan Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), (6) Pemesanan ruang kapal, (7) Pengiriman barang ke Pelabuhan, (8) Pemeriksaan Bea Cukai, (9) Pemuatan barang ke kapal, (10) Surat Keterangan Asal Barang (SKA), (11) Pencairan L/C, (12) Pengiriman barang ke importir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Sumber Samudera Indonesia mulai berdiri pada tahun 2014. Pendiri sekaligus pemilik perusahaan yaitu Chen Qingan membeli lahan seluas ± 15.000 m² untuk dibuat perusahaan. Sejak saat itu, PT. SSI memulai

bisnis pengolahan dan pembekuan hasil perikanan, seperti Kerang, Udang, Lumadang (Mahi-mahi), Kurisi, Bawal Hitam, Tuna, telur ikan, dll. Pemasaran di kancah internasional meliputi negara ASEAN, Bangladesh dan Tiongkok.

1. Analisis Lingkungan Internal

A. Kegiatan Utama

a). Logistik ke dalam

Pendatangan produk dilakukan oleh *supplier (broker)* dari hasil tangkapan di perairan Laut Jawa, Rembang, Tegal dan Pekalongan yang ditangkap menggunakan alat tangkap Pukat cincin, Bagan, Jaring insang dan sejenisnya dengan ukuran < 100, 150, 200, 300 dan di atas 400. Bahan baku diterima dari *supplier* dan dikirim ke Unit Pengolahan Ikan dengan truk berefrigerasi atau bok insulasi dengan es. Temperatur bahan baku dijaga pada suhu $\leq 5^{\circ}\text{C}$ dan bahan beku maksimal -18°C . Bahan baku yang diterima adalah bahan baku yang dengan nilai standar organoleptik minimal 7. Bahan baku segar yang diterima langsung diproses, namun bahan baku yang masih tersisa disimpan di ruang pendingin, dan bahan baku beku disimpan di gudang beku dengan suhu -23°C . Kekuatan penyimpanan yaitu tujuh hari dalam kondisi dingin dan 18 bulan pada penyimpanan beku.

b). Operasi

Pencucian pertama dilakukan sebelum penyortiran *size*, yaitu *size* 80-100, 100-200, 200-300, 300-500. Ikan yang telah dipilah ukurannya, dimasukkan ke dalam bak es kapasitas ± 500 kilogram ikan, yang sebelumnya telah dicampurkan dengan $\frac{1}{4}$ kilogram garam. Es yang digunakan adalah es serut, dimana per lapisan ikan harus ditimpa es. Air yang digunakan adalah standard PDAM yang telah diatur suhunya yaitu $< 5^{\circ}\text{C}$. Sebelum masuk IQF (*Individual Quick Freezing*), dilakukan penyortiran mutu kembali. Penanganan di IQF memakan waktu ± 30 menit, dengan suhu $(-31,2)^{\circ}\text{C}$, setelahnya dilakukan penimbangan ketiga dengan bobot per wadahnya berjumlah sembilan kilogram. Penyusunan dilakukan di atas *long pan* yang telah diberi kode *size*, sebelum masuk ke sistem pembekuan ABF (*Air Blast Freezing*).

c). Logistik ke luar

Berkaitan dengan produk jadi yang dimasukkan ke ABF. Suhu *maximum* ABF adalah $(-35)^{\circ}\text{C}$, sedangkan untuk *cold storage* suhunya di bawah $(-20)^{\circ}\text{C}$ dengan kapasitas 20.000 - 30.000 ton. Pembekuan ABF \pm satu malam dan ketika keluar ikan ditimbang kembali sebanyak sembilan kilogram. Dilakukan pencelupan ke dalam air es dengan suhu minimal 0°C . Ketebalan *glazing* tergantung permintaan konsumen, berkisar 5%, 10% dan 20%. Pengemasan dilakukan dengan cara melapisi kardus berbahan dasar *master carton* kapasitas sepuluh kilogram dengan plastik *polyethylen*, kemudian ikan yang telah ditimbang langsung dimasukkan. Dilakukan proses *strapping* untuk membedakan ukuran ikan. Ikan yang telah *dipacking* kemudian dimasukkan ke penyimpanan beku.

d). Pemuatan

Booking container via telepon harus dilakukan sebelum melakukan pemuatan barang, dengan menyebutkan pelabuhan tujuan, jenis ikan, *invoice*, *packing list* dan *tonase*. Bagian pemasaran harus mengecek *schedules* pemberangkatan kapal. Dilakukan pembersihan *container* sebelum pemuatan dengan *pre-colling* minimal 10°C . Pengisian *container* harus memperhatikan sirkulasi udara dengan *setting* suhu *container* minimal $(-20)^{\circ}\text{C}$. Kontainer harus dipersiapkan satu minggu sebelum keberangkatan.

e). Penerimaan es

Penerimaan es dilakukan untuk mendapatkan es yang baik sesuai dengan standard, es yang tidak sesuai akan *direject*. Suhu minimal pembekuan adalah $(-20)^{\circ}\text{C}$. Balok es yang keluar dari mesin penyimpanan harus dimasukkan ke dalam mesin penghancur, sehingga menjadi es serut.

f). Penerimaan Bahan Pengemas (Plastik, Master Carton)

Bahan pengemas yang datang dicek oleh petugas. Penyimpanan Bahan Pengemas dilakukan supaya kualitas bahan pengemas tetap terjaga. Penyusunan bahan pengemas dalam gudang penyimpanan dijaga agar tetap kering. Setiap produk dalam gudang penyimpanan harus mudah diidentifikasi, dan susunan dalam gudang harus sesuai dengan tanggal kedatangan bahan pengemas.

g). Pemasaran dan penjualan

- Produk

Produk yang dihasilkan PT. SSI sudah teruji secara klinis aman dikonsumsi dan memenuhi standar ekspor yang ditetapkan. Hal ini karena produk telah melalui pengujian laboratorium seperti pengujian organoleptik, *e-coli*, *salmonella*, logam berat, formalin dan kimia. Masa simpan produk adalah 18 bulan pada penyimpanan beku.

- Harga

Pemberian harga tergantung kualifikasi produk dan kesepakatan bersama. Sistem pembayaran dilakukan di awal, barang sepenuhnya dibayar, baru akan diproses. Sistem ini disebut FOB (*Free On Board*), yang artinya memberikan penawaran harga barang hanya sampai ke atas kapal, ongkos/biaya kapal belum termasuk. *Buyer* yang akan membayar biaya kapalnya, atau dengan kata lain harga barang di tempat asal.

- Tempat

Pemasaran dilakukan oleh perusahaan inti di Tiongkok. Tim Tiongkok memberikan *list order* (JHY) via chat kepada PT. SSI, yang di dalamnya sudah tertera kriteria yang harus dipenuhi *seller*.

- Armada pengangkutan

Pengiriman *sample* menggunakan armada pesawat terbang, sedangkan bahan jadi dikirimkan menggunakan kapal. Pengangkutan menuju pelabuhan menggunakan *container* khusus. Kapasitas *container* 20 fit muat 15 – 16 ton ikan dan untuk ukuran 40 fit kapasitasnya di atas 25 ton.

- Promosi

Pencarian pasar ekspor dilakukan oleh Tiongkok dengan mengirimkan foto produk dalam ajang promosi. Strategi bisnis dilakukan dengan membuka pasar bazar yang menampilkan hasil perikanan di PT. SSI.

h). Layanan

Layanan pengaduan konsumen menerima *complain* terkait pengiriman barang dan kesesuaian pesanan. *Complain* diterima dan langsung ditangani dengan melacak keberadaan barang. Selanjutnya diputuskan untuk dilakukan penarikan barang dan penggantian. Tidak semua *complain* yang masuk langsung ditangani, hanya yang telah memasuki fase koreksi dan sesuai dengan prosedur pemeriksaan

B. Kegiatan Penunjang

a). Infrastruktur perusahaan

Akses jalan yang rusak menyulitkan akomodasi bahan baku. Pemenuhan fasilitas masih harus ditingkatkan.

b). Manajemen sumber daya manusia

Jenjang minimum karyawan adalah SD. Sistem penggajian karyawan diberikan setiap minggu dan per bulan untuk staf. Jam kerja karyawan dimulai pukul 07.30 - 16.30 WIB, berlaku hari Senin – Sabtu. Sedangkan untuk lembur sampai pukul 22.00 WIB dan hari Minggu. Fasilitas yang didapatkan karyawan adalah mess karyawan, BPJS, cuti, angpau ketika Imlek dan THR, serta *tour* per tahunnya, sedangkan untuk staf mendapat tambahan fasilitas makan.

c). Perkembangan teknologi

Perusahaan telah memenuhi standar produksi dan pembekuan ikan. Adanya *Individual Quick Freezer, Air Blast Freezer, Cold Storage, Strapping Band Machine*, mesin pembuat dan penghancur es, pendingin suhu ruang, eskafator dan *Rentox Machine* mampu menunjang kegiatan produksi. Perusahaan juga telah menggunakan mobil *container* dengan kargo berpendingin yang mampu menjaga kualitas ikan.

d). Pembelian

Dalam pembelian bahan baku terdapat perjanjian tertulis terkait kualitas bahan baku dan pengembalian barang *re-jeck*. Suhu ikan yang datang harus di bawah 5°C. Pendistribusian bahan baku menggunakan mobil box termo atau truk yang telah ditambahkan es. Jumlah pembelian Ikan Kurisi mencapai ± 50 ton per bulan dari *supplier* yang berbeda-beda.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

a). Kekuatan ekonomi

Kenaikan inflasi menyebabkan perusahaan membatasi jumlah produksi, hal ini berkaitan dengan peningkatan harga terutama BBM. Keadaan ini akan memicu produsen mengalihkan asetnya menjadi bentuk investasi lain yang bisa berujung pada PHK.

b). Kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungannya

Hal ini berkaitan dengan pola hidup masyarakat. Lingkungan sekitar merasa diberdayakan sebagai karyawan. Ketika menjelang Hari Raya Imlek, permintaan akan produk perikanan cenderung meningkat. Malaysia berbatasan langsung dengan Indonesia sehingga memungkinkan dilakukan kontak dagang.

c). Kekuatan politik, pemerintah dan hukum

Kebijakan pemerintah dimaksudkan melindungi konsumen dalam hal keamanan pangan, sanitasi produk, keseimbangan permintaan dan penawaran serta kepentingan politik negara terkait. Kebijakan pemerintah terkait peraturan ekspor impor, perbankan, keuangan dan transportasi dapat digunakan untuk menghitung harga yang akurat. Kondisi politik dapat memberikan gambaran mengenai resiko bisnis di negara tersebut.

d). Kekuatan teknologi

Mesin pendingin menjadi penentu keberhasilan produk agar terjaga rantai dinginnya. Hal ini terlihat dari penggunaan mesin IQF, ABF dan *Cold Storage*. Mesin pembeku ikan dapat menjadikan mutu produk lebih baik karena proses pembusukan dapat dihambat dalam kurun waktu tertentu. Sistem keamanan juga harus dikendalikan dengan pemasangan kamera CCTV. Hal ini dimaksudkan untuk mengawasi kinerja karyawan agar sesuai dengan prosedur perusahaan. Fungsi lainnya juga digunakan untuk memantau kondisi perusahaan apakah dalam kondisi terancam.

e). Kekuatan kompetitif

- Ancaman pendatang baru

Diperlukan modal yang besar untuk mendirikan sebuah pabrik dan kemampuan mengelola bisnis bagi pendatang baru. Tidak semua pebisnis mampu bertahan dalam konsistensi usahanya, akibat banyaknya kualifikasi yang harus dicapai.

- Produk substitusi

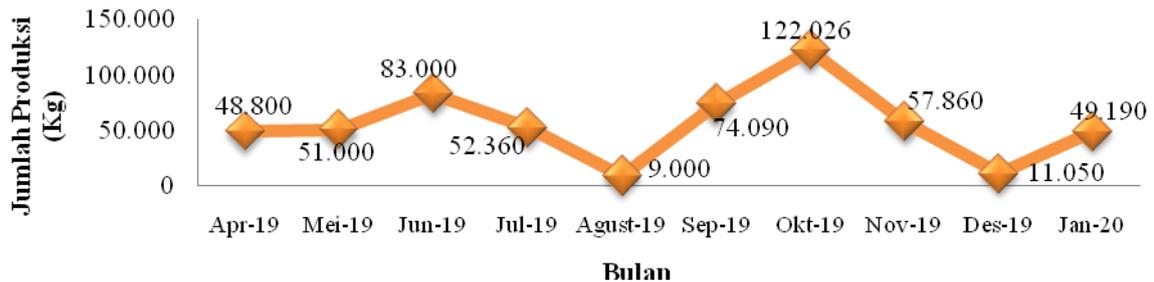
Konsumen akan menggunakan produk substitusi untuk barang yang dirasa cukup mahal. Beralih ke produk lain yang relatif lebih murah dengan fungsi yang sama. Hal ini terjadi ketika konsumen menginginkan produk yang sedang terbatas stoknya dan harganya melambung tinggi.

- Kekuatan pemasok
Pemasok mengambil hasil tangkapan dari berbagai wilayah untuk mengantisipasi kelangkaan barang dan memenuhi pesanan perusahaan. Diperlukan kerjasama yang baik guna mendapatkan kepastian bahan baku.
- Kekuatan pembeli
Diperlukan pendampingan dan keyakinan konsumen agar menjadi pembeli tetap. Semua ini dapat dilakukan dengan pemberian pelayanan yang baik dan memenuhi semua kriteria yang diminta oleh pembeli. Setiap negara memiliki kualifikasi ekspor masing-masing, sehingga sudah menjadi tanggung jawab perusahaan untuk menyediakan produk yang diminta.

3. Analisis Faktor-Faktor dalam Ekspor

a). Jumlah produksi dan nilai produksi Ikan Kurisi

Jumlah produksi adalah jumlah ikan yang dinyatakan dalam satuan kilogram (Kg). Jumlah produksi Ikan Kurisi yang ada di PT. Sumber Samudera Indonesia Tahun 2019 – 2020 tersaji pada gambar 2.

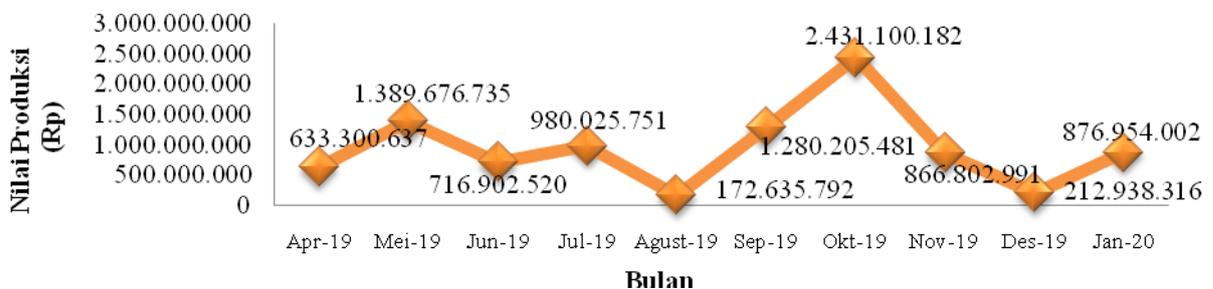


Gambar 2. Grafik Jumlah Produksi Ikan Kurisi di PT. SSI Tahun 2019 – 2020.

(Sumber: PT. Sumber Samudera Indonesia, 2020).

Berdasarkan gambar 2, diketahui bahwa produksi Ikan Kurisi di PT. Sumber Samudera Indonesia mengalami fluktuatif. Jumlah produksi dipengaruhi oleh permintaan konsumen, dimana perusahaan hanya mengekspor produk sesuai pesanan. Peningkatan produksi Ikan Kurisi tertinggi terjadi pada bulan Oktober 2019 sebanyak 122.026 kg. Produksi Ikan Kurisi pada bulan November sampai Desember 2019 terus mengalami penurunan. Produksi terendah terjadi pada bulan Agustus 2019, dimana permintaan hanya mencapai 9.000 kg. Hal ini disebabkan karena, pengimpor lebih memilih kerang sebagai produk konsumsi bagi negaranya. Termasuk daging kerang utuh, yang semakin menurunkan nilai ekspor Ikan Kurisi.

Nilai produksi adalah jumlah produksi yang dinyatakan dalam skala rupiah. Nilai produksi Ikan Kurisi yang ada di PT. Sumber Samudera Indonesia Tahun 2019 – 2020 tersaji pada gambar 3.



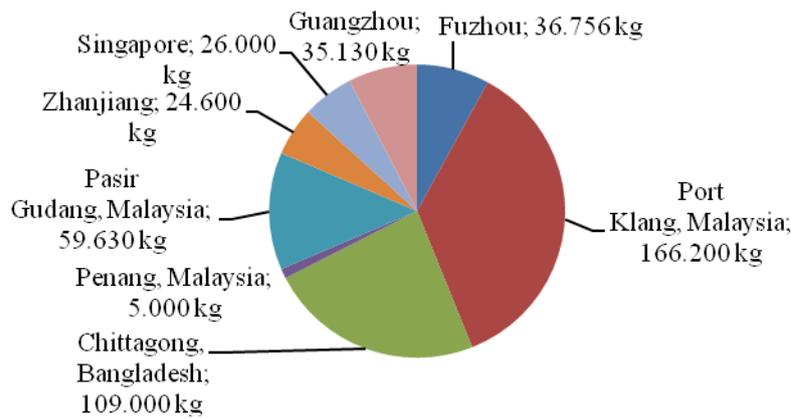
Gambar 3. Grafik Nilai Produksi Ikan Kurisi di PT. SSI Tahun 2019 – 2020.

(Sumber: PT. Sumber Samudera Indonesia, 2020).

Nilai produksi di PT. Sumber Samudera Indonesia dalam kurun waktu satu tahun mengalami fase fluktuatif. Nilai produksi tertinggi terjadi pada bulan Oktober 2019 sebesar Rp 2.431.100.182 dan nilai produksi terendah terjadi pada bulan Agustus 2019 sebesar Rp 172.635.792. Besarnya jumlah produksi akan dibarengi dengan besarnya nilai produksi. Semakin tinggi jumlah produksi per bulannya, maka nilai produksi yang akan diperoleh juga semakin banyak. Namun, hal ini bisa saja berbanding terbalik, jika produksi perikanan didominasi oleh ikan-ikan ekonomis rendah. Hal ini disebabkan karena nilai produksi bergantung pada jumlah produksi, jenis komoditi dan daya beli di pasaran. Hal ini diperkuat oleh Sedyaningrum *et al.*, (2016), nilai ekspor yang tinggi akan meningkatkan produktifitas dalam negeri sehingga penyerapan tenaga kerja secara penuh dan pengangguran berkurang. Berkurangnya pengangguran akan meningkatkan pendapatan perkapita sehingga daya beli akan meningkat. Hal tersebut tidak akan terjadi ketika peningkatan nilai ekspor bukan karena naiknya volume ekspor melainkan karena harga barang-barang ekspor yang naik.

b). Jumlah Ikan Kurisi yang diekspor ke manca negara

Jumlah ekspor masing-masing negara berbeda tergantung iklim dan juga politik negara terkait. Jumlah ekspor PT. Sumber Samudera Indonesia dalam kurun waktu 2019-2020, tersaji pada gambar 4.



Gambar 4 . Grafik Jumlah Eksnor Ikan Kurisi di PT. SSI Tahun 2019 – 2020.

(Sumber: PT. Sumber Samudera Indonesia, 2020).

Total ekspor Ikan Kurisi sepanjang tahun 2019-2020 PT. Sumber Samudera Indonesia berdasarkan gambar sebanyak 462.316 kg. Negara yang paling banyak mengimpor Ikan Kurisi adalah Malaysia. Malaysia memanfaatkan banyak pelabuhan untuk mendaratkan produk impor. Diketahui bahwa Port Klang, Malaysia adalah pelabuhan yang sering dipakai dengan jumlah impor sebanyak 166.200 kg. Melihat semua data pelabuhan Malaysia, termasuk Pasir Gudang dan Penang, Malaysia menduduki peringkat pertama pengimpor terbesar di PT. SSI sebanyak 230.830 kg. Sedangkan untuk negara pengimpor terendah adalah Singapore sebanyak 26.000 kg. China menjadi posisi ketiga setelah Chittagong, Bangladesh yang mengimpor Ikan Kurisi dari Indonesia sebanyak 96.486 kg. Banyak sedikitnya jumlah ekspor masing-masing negara dipengaruhi oleh minat dan kebiasaan negara setempat. Potensi laut negara terkait juga menjadi alasan negara mengimpor produk perikanan dari luar. Kesetaraan standar perdagangan menjadi kunci utama kemampuan ekspor suatu negara, sehingga tidak terjadi penolakan dan pengembalian barang terkait GMP (*Good Manufacturing Practices*). Hal ini diperkuat oleh Bramantya (2017), ketidak setaraan standar dan regulasi Indonesia dengan negara importir menimbulkan dampak penolakan produk perikanan Indonesia di negara tersebut. Penyebab penolakan tersebut terkait dengan praktek GMP, sanitasi, SIMP dan penerapan HACCP.

c). Analisis regresi linier berganda

- Uji t

Pengujian dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95 % dengan $\alpha = 0,05$. Perhitungan t tabel didasarkan dari distribusi tabel t, dengan kalkulasi nilai terhitung sebesar 2,060. Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji t (Parsial) Model Volume Ekspor Ikan Kurisi oleh PT. Sumber Samudera Indonesia.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	385016.058	190115.972		2.025	.053
	Jumlah Bahan Baku (Kg)	.084	.043	.353	1.941	.063
	Harga Bahan Baku (Rp/kg)	-.204	.331	-.110	-.615	.544
	Kurs Dollar Terhadap Rupiah (US\$/Rp)	-25.814	13.291	-.337	-1.942	.063
	Harga Ekspor (Rp/kg)	-.003	.003	-.164	-.924	.364

a. Dependent Variable: Jumlah Ekspor Ikan Kurisi PT. SSI (Kg)

Sumber: Penelitian, 2020.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, didapatkan hasil sebagai berikut:

a. Nilai signifikan variabel jumlah bahan baku (X1) sebesar $0,063 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $1,941 \leq t$ tabel. Hal ini membuat H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah bahan baku secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah ekspor Ikan Kurisi PT. SSI.

b. Nilai signifikan variabel harga bahan baku sebesar $0,544 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $-0,615 \leq t$ tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga bahan baku (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, sehingga H2 ditolak.

c. Nilai signifikan variabel kurs dollar sebesar $0,063 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $-1,942 \leq t$ tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kurs dollar (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah ekspor PT. SSI (Y), sehingga H3 ditolak.

d. Nilai signifikan variabel harga ekspor Ikan Kurisi sebesar $0,364 \geq 0,05$ atau t hitung sebesar $-0,924 \leq t$ tabel sebesar 2,060. Hal ini membuat H4 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga internasional Ikan Kurisi (X4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah ekspor PT. SSI (Y).

- **Uji F**

Uji F dilakukan sebagai pembuktian akan adanya pengaruh variabel X secara simultan kepada variabel Y. F tabel dapat ditentukan menggunakan distribusi F tabel 0,05, dengan kalkulasi nilai terhitung sebesar 2,73. Uji F dilakukan terhadap tabel ANOVA, dengan hipotesis awal (H5) terdapat pengaruh variabel X (jumlah bahan baku, harga bahan baku, kurs dollar dan harga ekspor) secara simultan terhadap variabel Y. Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan) Model Volume Ekspor Ikan Kurisi oleh PT. Sumber Samudera Indonesia.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	1236205348.000	4	309051337.100	1.936	.134 ^b
	Residual	4150949749.000	26	159651913.400		
	Total	5387155098.000	30			

a. Dependent Variable: Jumlah Ekspor Ikan Kurisi PT. SSI (Kg)
b. Predictors: (Constant), Harga Ekspor (Rp/kg), Harga Bahan Baku (Rp/kg), Kurs Dollar Terhadap Rupiah (US\$/Rp), Jumlah Bahan Baku (Kg)

Sumber: Penelitian, 2020.

Berdasarkan *output* diketahui bahwa nilai signifikan $\geq 0,05$ yaitu sebesar 0,134 dan nilai F hitung sebesar $1,936 \leq F$ tabel sebesar 2,73. Hal ini diartikan bahwa H5 ditolak, sehingga jumlah bahan baku, harga bahan baku, kurs dollar dan harga ekspor Ikan Kurisi tidak berpengaruh secara signifikan bersama-sama terhadap jumlah ekspor Ikan Kurisi PT. SSI.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dalam pengolahan aplikasi SPSS, menunjukkan hasil yang kurang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat variabel lain yang justru memberikan dampak lebih terhadap jumlah ekspor Ikan Kurisi di PT. Sumber Samudera Indonesia. Variabel tersebut mencakup upaya kerjasama maupun kontrak dagang yang dijalankan oleh perusahaan. Terlebih lagi, pemegang saham serta pemilik merupakan kewarganegaraan Tiongkok yang memiliki banyak *channel* di pasar internasional. Terbukti dimana Tiongkok menjadi pengimpor terbesar nomor tiga bagi PT. SSI dalam konsumsi Ikan Kurisi. Hal ini bisa dilihat dalam grafik jumlah ekspor Ikan Kurisi tujuan Tiongkok sebanyak 96.486 kg. Produksi dalam negeri juga menjadi salah satu variabel penentu kuantitas ekspor. Dimana jumlah perusahaan yang menggeluti sektor perikanan di Indonesia, terutama produk ikan beku mencapai 161 perusahaan. Persaingan inilah yang harus diperhatikan guna mencapai target ekspor. Tingkat konsumsi masing-masing negara importir terhadap produk perikanan, menjadi salah satu variabel bebas. Hal ini terkait kebiasaan masyarakat sekitar, perekonomian negara, potensi perikanan, kebudayaan (perayaan Imlek), kebijakan pemerintah dan peraturan hukum yang diperuntukkan bagi pengeksport produk perikanan. Hal ini diperkuat oleh Jamal (2012), kuantitas ekspor dipengaruhi oleh harga, kurs importir, pendapatan riil negara importir, kurs domestic, produksi dalam negeri, kuantitas ekspor satu tahun sebelumnya dan tren waktu.

- **Koefisien determinasi**

Besar pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat terlihat dalam hasil koefisien determinasi atau *adjusted R square* (R²). Penentuan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel Model Summary pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi Model Volume Ekspor Ikan Kurisi oleh PT. Sumber Samudera Indonesia.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.479 ^a	.229	.111	12635.34382

a. Predictors: (Constant), Harga Ekspor (Rp/kg), Harga Bahan Baku (Rp/kg), Kurs Dollar Terhadap Rupiah (US\$/Rp), Jumlah Bahan Baku (Kg)

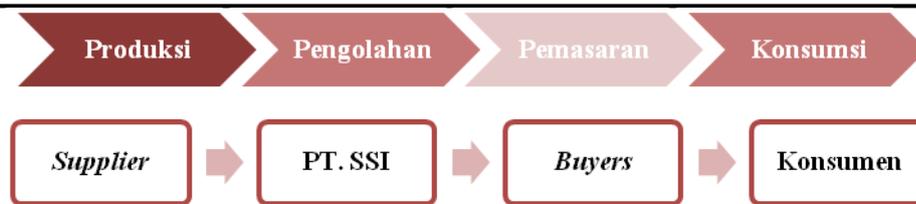
Sumber: Penelitian, 2020.

Berdasarkan *output* tabel 3, diketahui R Square sebesar 0,229. Hal ini mengindikasikan bahwa besar pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu sebesar 22,9 %. Secara simultan seluruh variabel X tidak memberikan dampak yang berarti akan jumlah ekspor yang dilakukan oleh PT. Sumber Samudera Indonesia.

4. Aspek Pemasaran

a). **Analisis rantai nilai**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rantai nilai yang ada di PT. SSI hanya berbentuk satu jenis, yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5 . Rantai Distribusi Komoditas Ikan Kurisi
(Sumber: Penelitian, 2020).

Keterangan:

-  : fungsi rantai distribusi
-  : lembaga pemasaran

Rantai distribusi ini dimulai dari *supplier* yang mengambil bahan baku dari nelayan di beberapa kota seperti Tegal, Rembang, Cilacap dan kota lainnya. Para *supplier* menjual bahan mentah kepada PT. SSI selaku perusahaan ekspor perikanan. Dalam kegiatan produksinya, terdapat beberapa tahapan sebelum nantinya dipasarkan. Pengolahan yang terjadi meliputi, pembekuan dan pemfilletan daging Ikan Kurisi. Hal ini tergantung permintaan *buyers* dengan kesepakatan harga bersama. Ikan Kurisi yang telah diolah tersebut kemudian dibeli dan dipasarkan kembali oleh *buyers*, sebelum nantinya sampai ke tangan konsumen pada tingkat akhir.

b). Analisis margin pemasaran

Margin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Nilai margin pemasaran yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Margin Pemasaran Ikan Kurisi dengan *Glazing* 10 % di PT. SSI

Pelaku Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran
<i>Supplier</i>	13.000	14.500	1.500
PT.SSI	14.500	19.500	5.000

Sumber: Penelitian, 2020.

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang didapat antar pelaku pemasaran. Perbedaan harga ini tergantung dari pengeluaran masing-masing lembaga, sebelum nantinya terbentuk harga. Perusahaan membeli Ikan Kurisi seharga Rp 14.500/kg, kemudian mengalami proses produksi yang memakan biaya. Selanjutnya perusahaan menjualnya kembali seharga Rp.19.500/kg dalam kondisi beku. Setiap sepuluh kilogram Ikan Kurisi yang diproses akan mengalami peningkatan bobot sebesar 10 %. Hal ini dikarenakan proses pembekuan yang dilakukan serta penggelasan / *glazing*. Sehingga menyebabkan volume Ikan Kurisi bertambah. Prosentase penggelasan ditentukan oleh *buyers*, biasanya berkisar 5 % sampai 20 %, dimana 10 % merupakan prosentase yang banyak diminta. Margin di atas sudah disesuaikan dengan jumlah prosentase penggelasan. Hal ini diperkuat oleh Hapsari (2014), semakin tinggi margin maka semakin tinggi pula beban besar yang ditanggung oleh konsumen akhir. Rendahnya margin yang didapat didapatkan karena sedikitnya modal dan pengeluaran lembaga pemasaran.

c). Analisis pangsa pasar

Bertujuan mengetahui seberapa besar bagian pasar yang dicapai PT. Sumber Samudera Indonesia terhadap industri ekspor di Indonesia. Besarnya pangsa pasar PT. SSI dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Pangsa Pasar PT. Sumber Samudera Indonesia

Tahun	Total Ekspor	
	Indonesia ($\sum St$) (Ton)	PT. SSI (Sit) (Ton)
2019	27.868,41	462,316
Mit	$Sit / \sum St \times 100 \% = 1,66 \%$	

Sumber: Penelitian, 2020.

Berdasarkan *ouput* di atas, didapatkan nilai pangsa pasar PT. SSI sebesar 1,66 %. Kinerja perusahaan dianggap baik, jika persentase pangsa pasar yang dihasilkan lebih dari 10 %. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan dalam memasarkan produk belum berjalan baik dan kurang efisien. Permasalahan ini bisa saja terjadi karena perusahaan yang masih tergolong baru, sehingga *buyers* masih sedikit. Kurangnya sistem promosi juga menjadikan produk kurang dikenal masyarakat. Sehingga pangsa pasar yang dihasilkan relatif kecil dan hanya terbatas pada negara-negara ASEAN. Hal ini diperkuat oleh Aisya *et al.*, (2005), kebijaksanaan dalam bidang ekspor perikanan diarahkan pada peningkatan daya saing dan penerobosan serta perluasan pasar luar negeri. Pencapaiannya ditempuh melalui peningkatan efisiensi produksi, perbaikan mutu komoditas. Jaminan kesinambungan dan ketepatan waktu penyerahan serta penganekaragaman produk dan pasar.

d). Formulasi strategi pemasaran

- **Analisis matriks internal factor evaluation (IFE)**

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal perusahaan. Berdasarkan perhitungan dalam kuesioner diperoleh *score* dan tingkatan *rating* sesuai implikasinya.

Bentuk matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dapat digambarkan pada tabel 6.

Tabel 6. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Score
Kekuatan			
Memiliki sertifikat HACCP (A)	0,1	4	0,4
Sistem <i>packaging</i> sudah baik (B)	0,11	3	0,33
Memiliki pembeli tetap (C)	0,09	4	0,36
Sumber modal kuat (D)	0,08	4	0,32
Fasilitas produksi lengkap (E)	0,1	3	0,3
Kelemahan			
Bahan baku sangat tergantung pasukan <i>supplier</i> (F)	0,08	2	0,16
Promosi kurang dilakukan (G)	0,11	2	0,22
Pangsa pasar relatif kecil (H)	0,09	2	0,18
Peningkatan keahlian dan keterampilan kurang diperhatikan (I)	0,12	1	0,12
Struktur organisasi tidak berjalan baik (J)	0,12	1	0,12
Total	1		2,51

Sumber: Penelitian, 2020.

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama adalah memiliki sertifikat HACCP, dengan nilai tertimbang tertinggi sebesar 0,4. Sedangkan kelemahan utama adalah peningkatan keahlian dan keterampilan yang kurang diperhatikan serta struktur organisasi yang tidak berjalan baik, dengan nilai tertimbang terendah sebesar 0,12. Total penilaian tertimbang matriks IFE berada pada kisaran angka 2,51. Mengindikasikan perusahaan merespon baik terhadap faktor internal perusahaan yang ada, dengan menghadapi kelemahan yang dimiliki. Hal ini diperkuat oleh Purwono *et al.*, (2012), skor total IFE 2,648 menunjukkan kondisi internal perusahaan tergolong rata-rata dan perusahaan mampu memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki.

- **Analisis matriks external factor evaluation (EFE)**

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor eksternal perusahaan, terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot. Bentuk matriks EFE dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Score
Peluang			
Inflasi cenderung menurun (A)	0,11	4	0,44
Implementasi ACFTA (B)	0,11	3	0,33
Perkembangan teknologi dan informasi (C)	0,11	3	0,33
Pemasok ikan banyak (D)	0,09	3	0,27
Hambatan masuk tinggi bagi pendatang baru (E)	0,11	2	0,22
Ancaman			
Birokrasi yang rumit (F)	0,1	4	0,4
Kenaikan harga BBM (G)	0,13	4	0,52
Pemasok dapat beralih ke perusahaan lain (H)	0,1	3	0,3
Persaingan dengan perusahaan sejenis (I)	0,14	3	0,42
Total	1		3,23

Sumber: Penelitian, 2020.

Berdasarkan analisis matriks EFE menunjukkan bahwa faktor yang menjadi peluang utama perusahaan adalah inflasi yang cenderung menurun, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang tinggi, dengan nilai tertimbang sebesar 0,44. Sedangkan untuk ancaman terbesar berasal dari kenaikan harga BBM yang akan berdampak pada pengeluaran perusahaan, dengan nilai tertimbang sebesar 0,52. Total penilaian tertimbang matriks EFE berada pada kisaran angka 3,23. Mengindikasikan bahwa perusahaan merespon baik terhadap faktor eksternal perusahaan yang ada, dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman. Hal ini diperkuat oleh Purwono *et al.*, (2012), didapatkan skor EFE sebesar 3,157 yang mengindikasikan bahwa kondisi eksternal perusahaan yang tinggi dan perusahaan dapat menghindari ancaman dengan memanfaatkan peluang yang ada.

- **Analisis matriks internal-eksternal (IE)**

Divisi yang masuk sel I, II, dan IV digambarkan sebagai tumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi yang intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke depan, belakang dan horizontal) menjadi paling tepat di divisi ini. Kedua, sel III, V dan VII dapat ditangani dengan baik dengan strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*), dimana penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan strategi yang sering digunakan dalam divisi ini. Ketiga, sel VI, VIII dan IX adalah panen atau divestasi (*harvest or divest*). Organisasi yang berhasil mencapai portofolio bisnis yang berada di sel I. Hal ini diperkuat oleh Purwono *et al.*, (2012), saat ini perusahaan berada pada kuadran II yang berarti perusahaan dalam kondisi tumbuh dan berkembang, strategi yang cocok yaitu strategi intensif dan integratif.

- Analisis matriks SWOT

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan tahap pencocokan dengan menggunakan matriks SWOT yang dapat dilihat di tabel 8. Matriks ini dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Sehingga dari matriks ini akan diketahui beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan PT. Sumber Samudera Indonesia untuk bersaing di industri ekspor ikan.

Tabel 8. Matriks SWOT PT. Sumber Samudera Indonesia

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTH	WEAKNESSES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki sertifikat HACCP 2. Sistem <i>packaging</i> produk sudah baik 3. Memiliki pembeli tetap 4. Sumber modal kuat 5. Fasilitas produksi lengkap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku sangat tergantung pasokan nelayan 2. Promosi kurang dilakukan 3. Pangsa pasar relatif kecil 4. Peningkatan keahlian dan keterampilan kurang diperhatikan 5. Struktur organisasi tidak berjalan dengan baik
OPPORTUNITY	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inflasi yang menurun 2. Implementasi ACFTA 3. Perkembangan teknologi dan informasi 4. Pemasok ikan banyak 5. Hambatan masuk tinggi bagi pendatang baru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan diversifikasi produk (S1,S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3 dan O5) 2. Memperluas cakupan distribusi produk ikan kurisi (S3, S4, S5, O1, O2, O3, dan O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi produk perusahaan (W2, W3, O3, dan O5) 2. Menjalin kerjasama dengan pemasok (W1 dan O4)
THREATS	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1) Birokrasi yang rumit 2) Kenaikan harga BBM 3) Pemasok dapat beralih ke perusahaan lain 4) Persaingan dengan perusahaan sejenis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan hubungan perdagangan luar negeri (S1 dan T1) 2. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk (S1, S2, S3, S5, dan T4) 3. Meningkatkan hubungan kerjasama dengan pemasok dan pembeli (S1, S3, S4, T2, dan T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki sistem manajemen perusahaan (W4, W5, dan T4)

Sumber: Penelitian, 2020.

Berdasarkan analisis SWOT menggunakan *key success factor* berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diperoleh rekomendasi alternatif strategi yang dapat digunakan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang PT. Sumber Samudera Indonesia, yang meliputi:

1. Melakukan diversifikasi produk, justifikasinya adalah untuk menambah ketertarikan konsumen dengan banyaknya pilihan produk yang ditawarkan.
2. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, justifikasinya adalah untuk memperbaiki kualitas dan jaminan keamanan pangan.
3. Meningkatkan promosi produk perusahaan, justifikasinya adalah untuk menambah volume produksi Ikan Kurisi.

e). **Strategi pemasaran Ikan Kurisi ekspor**

Langkah awal bagi eksportir adalah keberhasilan memasuki pasar ekspor. Hal ini dibarengi dengan status produk yang memiliki daya saing tinggi, diantaranya mutu / selera yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, harga yang sesuai dengan daya beli, waktu pengiriman yang sesuai dengan iklim negara importir. Promosi dapat dilakukan melalui media elektronik, Atase Perdagangan dan Badan Pengembangan Ekspor Perikanan. Strategi utama keberhasilan ekspor adalah pemenuhan kualifikasi dan sertifikasi perusahaan terkait produk yang diekspor. Perusahaan harus mampu memenuhi standar perdagangan internasional yang dibuktikan dengan adanya sertifikat pendukung. Sehingga konsumen merasa yakin, karena telah melalui serangkaian pengujian yang menjamin mutu, keamanan pangan dan terbebas dari penyakit. Hal ini diperkuat oleh Rahmawaty *et al.*,(2013), strategi pemasaran dilakukan dengan peningkatan produktifitas dan ekspor produk perikanan harus dibarengi dengan peningkatan mutu dan keamanan produk perikanan melalui penerapan tujuh strategi tambahan terkait standarisasi dan akreditasi untuk mewujudkan peningkatan kerjasama internasional dan memperkokoh posisi Indonesia dalam menghadapi era globalisasi perdagangan.

f). Prosedur ekspor

Sebelum melakukan kegiatan ekspor, diperlukan kesiapan dan perlengkapan penunjang, diantaranya sebagai berikut:

- **Sistematika buyer**

Sistematika *buyer* diawali dengan tim China yang memberikan *list order* (JHY) via *we chat*, yang di dalamnya sudah tertera kriteria yang harus dipenuhi *seller* (PT. SSI). Kemudian eksportir mengirimkan penawaran kepada pembeli terkait harga, kemampuan *supply*, sistem pembayaran dan kondisi penjualan. Sistem pembayaran dilakukan di awal dimana barang sepenuhnya dibayar, baru akan diproses dengan kondisi penjualan FOB. FOB (*Free On Board*) yaitu pihak eksportir hanya bertanggung jawab sampai barang berada di atas kapal (*vessel*). Bila mendapatkan *response* positif, *buyers* meminta *sample* produk. Pengiriman *sample* menggunakan armada pesawat terbang. Sebelum *sample* dikirimkan, eksportir mengirimkan gambar produk atau pesanan berupa ukuran berat sesuai permintaan negara pengimpor.

Jika segala syarat, kondisi dan harga telah disepakati maka eksportir mengirimkan *Proforma Invoice*. *Buyers* akan membukakan L/C (*Letter of Credit*) melalui *opening bank* kepada *advising/negotiating bank* (bank eksportir) di dalam negeri yang kemudian diteruskan (*advising*) kepada eksportir. Pihak eksportir mempersiapkan barang yang akan dikirimkan segera mungkin, sebelum masa berlaku L/C selesai. Jika terjadi keterlambatan pengiriman, pihak eksportir segera menginformasikan kepada importir untuk mengamandemen L/C. Kapasitas *container* 20 fit muat 15 – 16 ton ikan dan untuk ukuran 40 fit kapasitasnya di atas 25 ton. Barang dikirimkan kepada eksportir melalui pihak ketiga (*Freight Forwarder*). Permasalahan kapal dan pengangkutan diserahkan sepenuhnya ke pihak ketiga, sehingga apabila ada kerusakan barang ketika pengiriman, akan ditanggung pihak ketiga. Pihak eksportir menerima dokumen B/L (*Bill of Lading*) dari perusahaan *shipping*. Eksportir segera menyiapkan dokumen lainnya yang disyaratkan dalam L/C tersebut. Setelah semua dokumen lengkap segera memasukkannya ke bank eksportir penerimaan pembayaran. Hal ini diperkuat oleh Riza (2016), cara pembayaran ekspor dapat dilakukan dengan *advance payment*, yaitu sistem pembayaran dilakukan manakala pembeli (importir) membayar terlebih dahulu kepada penjual (eksportir) sebelum merealisasi ekspor sesuai dengan kesepakatan para pihak. Kesepakatan tersebut tercantum dalam kontrak jual beli (*sales contract*).

- **Dokumen-dokumen ekspor**

Dalam melakukan kegiatan ekspor, suatu badan usaha harus mempersiapkan dokumen-dokumen yang memperkuat status ekspor. Dokumen ekspor dibedakan menjadi dua sumber, diantaranya sebagai berikut:

a. Internal

1) *Proforma invoice*

Dokumen yang menjadi acuan importir membuka L/C dan digunakan untuk memperoleh izin ekspor di negaranya.

2) *Commercial invoice*

3) *Packing list*

4) *Beneficiary certificate*

5) *Certificate of product*

6) *Letter of guarantee*

7) *Draft*

8) RTE (Rincian Transaksi Ekspor)

b. Eksternal

1) Dinas Perikanan : (LPPMHP) atau *Health Certificate*

2) Dinas Perdagangan : Surat Keterangan Asal (SKA) atau *Certificate of Origin* (COO)

3) Perusahaan Pelayaran : *Bill of Lading* (BIL) / *Aero way BL* (AWBL)

4) Bea Cukai : PEB / NPE

Barang siap ekspor yang telah dicek secara fisik, diwajibkan memenuhi formalitas ekspor seperti membayar pajak ekspor dan pungutan negara lainnya seperti membuat dokumen pelindung ekspor sesuai ketentuan Undang-undang Kepabeanan, pengisian formulir Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB).

5) Perusahaan Asuransi : Cover asuransi (POLIS)

6) Sucofindo : *Certificate of Analysis* (COA)

- **Prosedur ekspor Ikan Kurisi**

Dalam melakukan ekspor perikanan harus melalui prosedur yang telah ditetapkan, sebagai berikut:

1. Eksportir akan menerima order dengan jumlah dan kualitas sesuai permintaan *buyers* dalam bentuk *list order*
2. Bank akan memberitahukan kepada eksportir bahwa *buyers* telah membuka suatu L/C untuk dan atas nama eksportir
3. Eksportir melakukan produksi dan pengepakan barang ekspor
4. Eksportir mengirimkan *Shipping Instruction* (SI) kepada perusahaan pelayaran / maskapai (*Shipping*) untuk memesan *space* kapal berupa *container* kosong

5. *Shipping* akan memberikan *Booking Confirmation* berisi ketersediaan *container* atau *space* kapal / pesawat sesuai rute tujuan dan tempat yang ditunjuk untuk pengambilan *container* (Depo Kontainer)
6. Eksportir / *seller* menghubungi perusahaan ekspedisi *trucking* / angkutan (penyewaan truk)
7. Perusahaan *trucking* akan mengambil *container* kosong di depo *container* dengan bekal *Booking Confirmation* dari pihak eksportir yang dibuat oleh *Shipping* tadi
8. *Container* kosong diangkut ke pabrik untuk melakukan pemuatan barang ekspor atau yang disebut dengan *stuffing*
9. Selama *stuffing*, pihak eksportir membuat *Commercial Invoice*, *Packing List* dan Pemberitahuan Barang Ekspor (PEB) ke Bea Cukai
10. Bea Cukai memberikan persetujuan ekspor dengan mengeluarkan Nota Persetujuan Ekspor (NPE)
11. Berbekal NPE, barang / *container* diangkut dan masuk ke pelabuhan
12. *Container* naik ke kapal dan berangkat ke pelabuhan tujuan luar negeri
13. Setelah kapal berangkat, *Shipping Company* atau pelayaran akan mengeluarkan dokumen BL (*Bill of Lading*) atau dokumen angkutan / biaya kapal
14. Dokumen ekspor meliputi *Packing List*, *Commercial Invoice* dan dokumen BL dari *Shipping* tersebut dikirimkan oleh eksportir ke *buyer* di luar negeri

- **Kendala perusahaan**

Kendala terbesar yang dihadapi saat ini adalah ketersediaan modal. Dibutuhkan banyak investor untuk menjalankan bisnis ini. Infrastruktur yang ada belum mampu terpenuhi seluruhnya. Perusahaan menginginkan lab mandiri untuk menguji sampel produk, namun biaya untuk membeli peralatan laboratorium belum ada. Sertifikat HACCP perusahaan masih bernilai B, sehingga perusahaan belum mampu membuat standard BRC untuk masuk ke pasar Amerika. Hal ini tentunya akan menyulitkan perusahaan dalam mengembangkan bisnis ekspor di pasar internasional yang luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Sumber Samudera Indonesia dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran komoditas Ikan Kurisi Ekspor di PT. Sumber Samudera Indonesia hanya terdapat satu jenis. Dimana para pelaku usahanya meliputi *supplier*, PT. SSI, *buyers* dan konsumen.
2. Pemenuhan kualifikasi produk yang dihasilkan oleh PT. SSI sudah teruji klinis aman dikonsumsi dan memenuhi standar ekspor. Dilakukan pengujian laboratorium seperti organoleptik, *e-coli*, *salmonella*, logam berat, formalin dan kimia. Produk ditangani secara saniter, dengan adanya larutan *chlorine* 200 ppm, ruang cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan penering. Masa simpan produk 18 bulan pada penyimpanan beku. Dikemas menggunakan plastik PE dan *master carton* yang berstandar.
3. Distribusi dilakukan oleh pihak Tiongkok dengan mengirim foto produk via teknologi dan membuka bazar. Pihak China mengirimkan *list order* (JHY) kepada PT. SSI ketika didapatkan *buyers* untuk selanjutnya dilakukan kesepakatan dan pemrosesan produk.
4. Total margin pemasaran dalam sistem distribusi tipe I adalah Rp 6.500. Sedangkan untuk pangsa pasar PT. SSI sebesar 1,66 %.
5. Sistem pembayaran dilakukan di awal dimana barang sepenuhnya dibayar, baru akan diproses dengan kondisi penjualan FOB. Jika segala syarat, kondisi dan harga telah disepakati maka eksportir mengirimkan *Proforma Invoice*. *Buyers* akan membukakan L/C (*Letter of Credit*) melalui *opening bank* kepada *advising/negotiating bank* (bank eksportir) di dalam negeri yang kemudian diteruskan (*advising*) kepada eksportir.
6. Resiko yang harus dihadapi adalah ketika *container* yang membawa produk mengalami kecelakaan sebelum sampai di pelabuhan. Hambatan yang terjadi adalah ketersediaan modal, kelengkapan infrastruktur, sertifikat HACCP masih B sehingga menyulitkan menembus pasar Amerika.
7. Faktor yang mempengaruhi permintaan Ikan Kurisi adalah harga, mutu dan kelayakan pangan yang dibuktikan dengan pengujian laboratorium.

Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. PT. Sumber Samudera Indonesia dapat lebih meningkatkan kinerja perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar dalam perdagangan internasional. Sehingga mampu bersaing dengan perusahaan sejenis dan memberikan kontribusi lebih bagi volume ekspor Ikan Kurisi Indonesia.
2. PT. Sumber Samudera Indonesia diharapkan lebih memperbaiki sistem *accounting* perusahaan, sehingga lebih jelas akan alur keluar masuk dan proses pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, L. K., S. Koeshendrajana dan M.Iqbal. 2005. Analisis Daya Saing Ekspor Produk Perikanan Indonesia: Pendekatan Model Revealed Comparatif Advantage (RCA) dan Model Constant Market Share Analysis (CMSA). *Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia*, 11 (9): 97 – 104.
- Bramantya, A. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Ikan Tuna ke Negara Jepang dan Amerika Serikat Tahun 2005 – 2014. [Tesis]. Program Pasca Sarjana, Universitas Brawijaya, 105 hlm.
- David. R. 2004. Manajemen Strategis. Ed ke-7. Sindoro A. Penerjemah: Jakarta: PT. Indeks. Terjemahan dari: *Concepts of Strategic Management*.
- Dewi. N. L. A. D. S., I. O Suryawardani., dan I. D. G. R. Sarjana. 2016. Strategi Pemasaran Kopi Pada Perusahaan Kopi Banyuwatis. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 5(1): 1-12.
- Hapsari, T. D. 2014. Distribusi dan Margin Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Tongkol (*Euthynnus Affinis*) di TPI Ujung Batu Jepara. *Jurnal Ilmu Perikanan dan Sumberdaya Perairan*, 1(1): 131 – 138.
- Jamal. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Komoditas Industri Hasil Perikanan di Indonesia. [Tesis]. Universitas Indonesia, Jakarta, 176 hlm.
- Kinney, T.C. dan J. R. Taylor. 2001. *Marketing Research and Applied Approach*. Second Edition, Mc. Graw Hill Book Co., Amsterdam, 583 p.
- Purbaya, A. A. 2015. Pabrik Olahan Ikan Ini Diuntungkan Pemberantasan Illegal Fishing. <https://m.detik.com/finance/industri/d-2949927/pabrik-olahan-ikan-ini-diuntungkan-pemberantasan-illegal-fishing>
- Purnama, M. H. 2014. Analisis Penerapan Manajemen Risiko pada Perusahaan Eksportir yang Menggunakan Metode Pembayaran Letter of Credit (Studi pada PT. Inti Luhur Fuja Abadi Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16 (1): 1 – 12.
- Purwono, J., S. Sugyaningsih dan E. Yulianti. 2012. Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Udang Vanname (Studi Kasus pada PT. Suri Tani Pemuka-Serang Banten). *Jurnal NeO-Bis*, 6 (1): 1- 14.
- Rahmawaty, L., W. P. Rahayu dan H. D. Kusumaningrum. 2013. Pengembangan Strategi Keamanan Produk Perikanan untuk Ekspor ke Amerika Serikat. *Jurnal Standarisasi*, 16 (2): 95 – 102.
- Riza, A. 2016. Perlindungan Hukum Bagi Eksportir dalam Pembayaran Transaksi Perdagangan Internasional Melalui Telegraphic Transfer. [Tesis]. Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, Jakarta, 139 hlm.
- Rosita. I. Y., L. I. Ichdayati., dan R. A. P. Sari. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Biji Kakao Indonesia Ke Malaysia. *Jurnal Agribisnis*. 13(4): 37-58.
- Sedyaningrum, M., Suhadak dan N. F. Nuzula. 2016. Pengaruh Jumlah Nilai Ekspor, Impor dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Nilai Tukar dan Daya Beli Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34 (1): 114 – 121.