

ABSTRAK

Ihwal Faiz. Manajemen Rantai Pasok dan Rantai Nilai pada Agroindustri Ikan Asin di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe. Dibimbing oleh Prof. Dr. Jamilah, S.P., M.P. sebagai Pembimbing Utama dan Ade Firmansyah Tanjung, S.S.T., M.P. sebagai Pembimbing Anggota. Agroindustri ikan asin merupakan salah satu sektor pengolahan hasil perikanan yang berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah dan pendapatan masyarakat pesisir. Keberhasilan agroindustri dipengaruhi oleh efektivitas manajemen rantai pasok dan efisiensi rantai nilai. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan manajemen rantai pasok serta menganalisis rantai nilai pada agroindustri ikan asin di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe. Penelitian menggunakan metode studi kasus pada agroindustri ikan asin milik Bapak Tarmidi di Desa Pusong Baru dan Bapak Abdul Salam di Desa Ulee Jalan. Penentuan sampel dilakukan secara *purposive*, sedangkan responden pendukung ditentukan menggunakan teknik *snowball sampling*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk manajemen rantai pasok serta analisis rantai nilai melalui perhitungan biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *Farmer's Share*, dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok agroindustri ikan asin telah berjalan secara terintegrasi melalui tahapan perencanaan, pengadaan bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga pemasaran yang melibatkan nelayan, pelaku usaha, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Namun, kontinuitas rantai pasok masih dipengaruhi oleh fluktuasi ketersediaan bahan baku akibat musim penangkapan, kondisi cuaca, dan perubahan permintaan pasar. Analisis rantai nilai menunjukkan bahwa Saluran Pemasaran III merupakan saluran yang paling efisien, ditandai dengan nilai *Farmer's Share* mencapai 100%, serta tingkat efisiensi pemasaran yang sangat tinggi dengan biaya pemasaran hanya 0,10–0,14% pada agroindustri perebusan dan 0,10–0,19% pada agroindustri tanpa perebusan. Selain itu, ikan talang asin merupakan komoditas yang memberikan nilai ekonomi tertinggi, dengan margin pemasaran mencapai Rp66.469/kg dan keuntungan pemasaran Rp66.383,10/kg (73,76%) pada agroindustri perebusan, serta margin pemasaran Rp75.964/kg dan keuntungan pemasaran Rp75.859,63/kg (75,86%) pada agroindustri tanpa perebusan. Dengan demikian, penerapan saluran pemasaran yang lebih pendek terbukti mampu meningkatkan nilai tambah, efisiensi pemasaran, dan pendapatan pelaku usaha sehingga memperkuat daya saing agroindustri ikan asin di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe.

Kata kunci: manajemen rantai pasok, rantai nilai, agroindustri ikan asin, *Farmer's Share*, efisiensi pemasaran.

ABSTRACT

Ihwal Faiz. *Supply Chain Management and Value Chain Analysis of the Salted Fish Agroindustry in Banda Sakti District, Lhokseumawe City*. Supervised by Prof. Dr. Jamilah, S.P., M.P. as the Principal Supervisor and Ade Firmansyah Tanjung, S.S.T., M.P. as the Co-Supervisor. The salted fish agroindustry plays an important role in increasing value added and improving the income of coastal communities. The success of this agroindustry is influenced by effective supply chain management and an efficient value chain. This study aimed to identify and describe the supply chain management system and to analyze the value chain of the salted fish agroindustry in Banda Sakti District, Lhokseumawe City. A case study approach was employed at two salted fish agroindustries owned by Mr. Tarmidi in Pusong Baru Village and Mr. Abdul Salam in Ulee Jalan Village. Samples were selected using a purposive sampling technique, while supporting respondents were determined through the snowball sampling method. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The data were analyzed using descriptive qualitative analysis for supply chain management and value chain analysis through the calculation of marketing costs, marketing margins, marketing profits, Farmer's Share, and marketing efficiency.

The results showed that the supply chain management of the salted fish agroindustry has been implemented in an integrated manner, covering planning, raw material procurement, production, distribution, and marketing involving fishermen, agroindustry owners, wholesalers, retailers, and final consumers. However, the continuity of the supply chain is still affected by fluctuations in raw material availability due to fishing seasons, weather conditions, and changes in market demand. The value chain analysis revealed that Marketing Channel III was the most efficient marketing channel, indicated by a Farmer's Share of 100% and the highest level of marketing efficiency, with marketing efficiency values ranging from 0.10–0.14% in the boiled salted fish agroindustry and 0.10–0.19% in the non-boiled salted fish agroindustry. In addition, salted queenfish generated the highest economic value, with a marketing margin of IDR 66,469/kg and a marketing profit of IDR 66,383.10/kg (73.76%) in the boiled agroindustry, while in the non-boiled agroindustry it generated a marketing margin of IDR 75,964/kg and a marketing profit of IDR 75,859.63/kg (75.86%). Therefore, the implementation of a shorter marketing channel proved to increase value added, improve marketing efficiency and business income, and strengthen the competitiveness of the salted fish agroindustry in Banda Sakti District, Lhokseumawe City.

Keywords: supply chain management, value chain, salted fish agroindustry, Farmer's Share, marketing efficiency.