

ANALISIS RANTAI PEMASARAN UDANG VANAME (*Litopenaeus vannamei*) BEKU (STUDI KASUS PT. YANAGI HISTALARAYA PPS KENDARI)

Analysis Of Marketing Chain Of Vaname Shrimp (*Litopenaeus vannamei*) frozen (Case Study PT. Yanagi Histalaraya PPS Kendari)

Eunike Vebe Pattola¹, La Onu La Ola², Wa Ode Piliana²

1) Mahasiswa Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

2) Dosen Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

E-mail: eunikevebe5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji rantai pemasukan dan rantai pemasaran, HPP (Harga Pokok Penjualan) dan keuntungan dari pemasaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) beku studi kasus PT. Yanagi Histalaraya PPS Kendari. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2017. Data diperoleh melalui wawancara secara langsung berdasarkan kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus (case study). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini harga, jumlah udang beku dan biaya yang dikeluarkan. Data yang diperoleh untuk rantai pemasukan dan rantai pemasaran dianalisis secara deskriptif kualitatif, untuk menghitung HPP (Harga Pokok Penjualan) menggunakan rumus Rp/Kg , RP total biaya dan Kg jumlah produksi dan untuk menghitung keuntungan dari pemasaran udang vaname beku yang diperoleh PT. Yanagi Histalaraya PPS Kendari menggunakan rumus $\pi = TR/TC$, π keuntungan, TR penerimaan dan TC total biaya yang dikeluarkan. Hasil analisis menunjukkan rantai pemasaran udang vaname beku di PT. Yanagi Histalaraya PPS Kendari melibatkan beberapa perantara pembudidaya, Surabaya dan Vietnam. Hasil total biaya yang dikeluarkan Rp 4.192.482.452 dengan jumlah produksi 82.585Kg sehingga dihasilkan Harga Pokok Penjualan sebesar Rp 51.639/Kg. Penerimaan PT. Yanagi Histalaraya selama bulan Mei sebesar Rp 4.294.420.000 dengan total biaya yang dikeluarkan Rp 4.192.482.452 sehingga menghasilkan keuntungan sebesar Rp 101.937.548.

Kata kunci: Rantai Pemasaran, Udang Vaname beku, PT. Yanagi Histalaraya

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) the income and market chain; (2) Cost of Goods Sold; and (3) the benefit of frozen vaname shrimp market at PT. Yanagi Histalaraya PPS Kendari. The method was a case study method. Data were obtained through direct interviews based on questionnaires. Data collected were shrimp prices, the amount of frozen shrimp and costs incurred. Data were analyzed descriptive qualitatively. To calculate the cost of good sold and profit, the formula was used with $\pi = TR / TC$. The results showed that the market chain of frozen vaname shrimp involves market institutions, namely farmers, PT. Yanagi Histalaraya and the State of Vietnam. The total cost incurred was Rp 4.192.482.452.- with a total production of 82.585 kg resulting in a Cost of Sales of Rp51,639/kg. The revenue of PT. Yanagi Histalaraya in May amounted to Rp4.294.420.000, with a total cost of Rp4.192.482.452, and a profit of Rp101.937.548.

Keywords : Market Chain, frozen Vaname Shrimp, PT. Yanagi Histalaray

PENDAHULUAN

Perikanan adalah kegiatan manusia yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya hayati perairan. Sumber daya hayati perairan

tidak dibatasi secara tegas dan pada umumnya mencakup ikan, amfibi, dan berbagai avertebrata penghuni perairan dan wilayah yang berdekatan, serta lingkungannya. Di Indonesia, menurut

UU RI No. 45/2009, kegiatan yang termasuk dalam perikanan dimulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan.

Produksi perikanan Indonesia mengalami peningkatan yang ditopang oleh semakin pesatnya perikanan budidaya. Produksi perikanan budidaya tumbuh sekitar 21,83% tiap tahunnya. Tahun 2011, perikanan budidaya Indonesia menyumbang sekitar 58,9% dari total produksi perikanan Indonesia (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2012).

Dalam menjalankan sebuah usaha perikanan, pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan dari usaha perikanan. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi perikanan dari produsen ke konsumen akhir.

Fenomena potensi pemasaran untuk produk perikanan Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Entitas yang dimiliki oleh perusahaan perikanan, yaitu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan yang sesuai dengan definisi entitas usaha skala menengah dan memenuhi kriteria yang terdapat pada UU No. 20 Tahun 2008, maka perusahaan ini termasuk dalam kategori badan usaha berskala menengah. Pangsa pasar yang sudah diraih

oleh perusahaan tidak hanya di wilayah Indonesia, namun juga mencapai mancanegara seperti Jepang, Korea dan Taiwan.

Pemasaran produksi perikanan di Indonesia biasanya tidak dilakukan oleh satu tangan tetapi dilaksanakan oleh beberapa perantara, baik besar maupun kecil, sehingga membentuk mata rantai yang panjang. Mata rantai yang panjang akan mengakibatkan biaya pemasaran menjadi tinggi karena tiap perantara ingin mendapatkan keuntungan untuk menutup biaya pemasaran yang telah dikeluarkan. Besarnya keuntungan pemasaran dan biaya pemasaran ditingkat perantara merupakan komponen dalam pembentukan harga akhir (harga eceran) di tingkat konsumen. Hal ini akan berpengaruh pada harga di tingkat produsen, bahkan dapat menekan harga di tingkat produsen karena daya beli sebagian konsumen masih terbatas (Eddiwan, 1983).

Usaha perikanan yang dapat memanfaatkan potensi budidaya perikanan Sulawesi Tenggara terbagi atas usaha kecil, menengah dan usaha skala besar. Usaha skala kecil umumnya berorientasi skala rumah tangga yang berdiri sendiri. Usaha menengah biasanya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, sedangkan usaha skala besar merupakan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Permintaan produksi perikanan di Sulawesi Tenggara relatif tinggi dikarenakan Sulawesi Tenggara memiliki berbagai potensi perikanan.

Salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan pemasaran produksi perikanan di wilayah Sulawesi Tenggara adalah Perusahaan Perikanan Samudera. Usaha ini berpangkalan di Kota Kendari

tepatnya di Pelabuhan Perikanan Samudera (PPS) Kendari. Perusahaan-perusahaan yang berada dalam Pelabuhan Perikanan Samudera ini memasarkan hasil tangkapan mereka mulai dari lokal sampai mancanegara.

PT. Yanagi Histalaraya adalah salah satu perusahaan di PPS Kendari yang melakukan kegiatan ekspor udang beku. Perusahaan ini memasarkan hasil produksi mereka sampai ke Negara Asia, karena jarak wilayah pemasaran yang jauh, maka dilakukan penanganan terhadap udang agar kesegarannya dapat bertahan lama dengan cara pembekuan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka perlu dilakukan penelitian mengenai rantai pemasaran Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) beku yang bertempat di PT. Yanagi Histalaraya, PPS Kendari.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana rantai pemasukan dan rantai pemasaran udang beku studi kasus PT. Yanagi Histalaraya?
2. Berapa besar HPP (Harga Pokok Penjualan) udang beku ke pasar antar negara?
3. Berapa besar keuntungan PT. Yanagi Histalaraya dalam memasarkan udang beku?

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji rantai pemasukan dan pemasaran udang beku di PT. Yanagi Histalaraya.
2. Mengkaji HPP (Harga Pokok Penjualan) udang beku untuk input produksi udang beku.
3. Mengkaji berapa besar keuntungan PT. Yanagi Histalaraya dalam memasarkan udang beku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2017, bertempat di PT. Yanagi Histalaraya pada Pelabuhan Perikanan Samudera PPS Kendari (Lampiran 1). Pemilihan lokasi penelitian atas pertimbangan bahwa lokasi penelitian merupakan tempat sumber data, dimana sumber data dapat dianggap sebagai suatu populasi sehingga dapat diambil sampelnya sebagai suatu objek yang akan diteliti.

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel pada penelitian ini adalah metode survey. Penggunaan metode survey untuk mempermudah peneliti melaksanakan penelitian, pada metode penelitian menjelaskan mengenai prosedur penelitian yang dilaksanakan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Responden dalam penelitian ini yaitu bagian yang menangani pembelian udang vaname segar dan bagian pemasaran udang vaname beku (ekspor) di PT. Yanagi Histalaraya.

Data yang diperoleh selanjutnya diklasifikasi, ditabulasi dan diolah sesuai dengan kebutuhan analisis dan dirumuskan dalam model matematik. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Analisis Kualitatif

Analisis data kualitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk variabel yang tidak dapat dihitung dan berupa angka-angka (Etta dan Sopiah, 2010). Analisis ini menguraikan secara rinci rantai pemasaran komoditi ikan beku pada PT. Yanagi Histalaraya.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan data yang dapat dihitung yaitu data berupa angka-angka (Etta dan Sopiah, 2010). Analisis yang digunakan pada data kuantitatif adalah sebagai berikut:

c. Analisis Total Biaya Pemasaran

Analisis untuk mendapatkan biaya pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus (La Ola, 2015).

1. Biaya Tetap

$$D = \{Pt = Po (1+i)^t\}/f \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

D = Depresiasi

Pt = Nilai Barang Modal Pada Tahun t

Po = Nilai Barang Modal Pada Tahun nol

I = Tingkat Bunga Bebas Inflasi

T = Umur Ekonomi Barang Modal

F = Frekuensi Melakukan Aktivitas Produksi

2. Total Biaya

$$TC = FC + VC \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

TC = Biaya Total (Rp)

FC = Biaya Tetap (Rp)

VC = Biaya Variabel (Rp)

3. Harga Pokok Penjuala (La Ola, 2015)

$$HPP = \frac{Rp}{Kg} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

HPP = Harga Pokok Penjualan

Rp = Total Biaya (Rp)

Kg = *Quantity* (Jumlah Produksi)

4. Analisis Penerimaan (Soekartawi, 1995)

$$TR = P.Q \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

TR = *Total Revenue* (Penerimaan)

P = *Price* (Harga Jual)

Q = *Quantity* (Jumlah Produksi)

5. Analisis Keuntungan (Soekartawi, 2002)

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

π = Keuntungan (Rp)

TR = *Total Revenue* (Penerimaan) (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

PT. Yanagi Histalaraya merupakan salah satu perusahaan perikanan yang berada dalam kawasan Pelabuhan Perikanan Samudera (PPS) Kendari. PT. Yanagi Histalaraya terletak di Desa Puday, Kecamatan Abeli, Provinsi Sulawesi Tenggara dimana jaraknya ± 19 km² dari Kota Kendari dengan posisi geografis yaitu 03°58'4'' LS dan 122°34'17'' BT. PT. Yanagi Histalaraya berdiri diatas lahan seluas ± 2500 m².

PT. Yanagi Histalarayaselesai dibangun tahun 1992 dan mulai beroperasi sejak tanggal 16 September 1993, perusahaan ini didirikan oleh seorang berkebangsaan Jepang yang bernama Tatsuhiko Yanagi yang kini perusahaan tersebut disewa oleh penanam modal asing dari Cina. Direktur PT. Yanagi Histalaraya yaitu Bapak Ir. Ahmad Kaso, sedangkan karyawan yang dimiliki sebanyak 55 orang dimana 5 orang karyawan tetap yang bekerja dibagian kantor, 25 karyawan harian yang bekerja di dalam

pabrik seperti pada bagian mesin sortir, blok, ABF, *packing* dan penyimpanan dan 25 orang karyawan borongan yang bekerja pada pemisahan udang dan kepala. Pembagian gaji pada karyawan berbeda-beda menurut jabatannya seperti karyawan kantor yang digaji per bulan, karyawan harian digaji menurut jam kerja per hari dan karyawan borongan digaji menurut jumlah kg dari pemisahan antara udang dan kepala. Perusahaan ini telah memiliki sertifikat HACCP (*Standar Hazard Analysis and Crytical Control Points*) dengan akreditasi B dan juga izin ekspor keluar negeri sampai batas wilayah Asia. Hingga saat ini, PT. Yanagi Histalaraya mengekspor udang vaname beku ke negara Vietnam.

Kegiatan Produksi

Kegiatan produksi di perusahaan PT. Yanagi Histalaraya dilakukan secara rutin oleh karyawannya. Saat ini, perusahaan memproduksi udang beku jenis vaname. Sebelum melakukan kegiatan produksi, perusahaan memerlukan bahan baku berupa udang yang masih segar yang dibeli dari pembudidaya udang vaname dari Bombana, Sulawesi Tenggara.

Proses pengangkutan bahan baku dari Bombana ke perusahaan dengan menggunakan mobil dimana udang segar tersebut disimpan dalam gabus yang dicampur dengan bongkahan es. Jumlah bahan baku setiap kali di angkut ke perusahaan yaitu minimal 1-3 ton. Sesudah bahan baku sampai di perusahaan langsung dibongkar di ruang penerimaan bahan baku dan langsung dilakukan penimbangan bahan baku

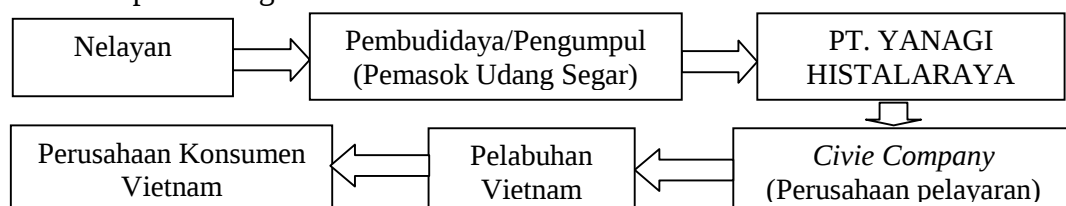
untuk mengetahui *size* dari udang tersebut agar dapat diketahui harga beli dari bahan baku tersebut.

Kegiatan produksi dilakukan di ruang proses yang dimulai dari pembersihan yaitu pemisahan antara kepala dan tubuh udang kemudian udang yang sudah dipisahkan dengan kepalanya ditimbang dan dimasukkan ke mesin sortir udang yang bertujuan untuk membersihkan udang dari sisa-sisa kotoran dan pembagian *size* udang tersebut.

Udang yang sudah disortir dimasukkan ke wadah besar yang direndam oleh air es. Setelah itu udang tersebut dibawa ke ruang pengepakan dimulai dari penimbangan, dimasukkan kedalam plastik bening dan dicetak ke wadah pencetakan yang kemudian dibekukan di ruang ABF (*Air Blass Frezeer*) selama 1 malam sampai suhu mencapai 40°C. Setelah beku, udang tersebut dikeluarkan dari ruang ABF dan dibawa ke ruang *packing* untuk mengeluarkan udang beku dari wadah pencetakan dan dikemas ke dalam kardus. Tahap selanjutnya udang beku yang sudah dikemas dibawa ke ruang penyimpanan atau *Cold Storage* dengan suhu 22°C yang siap untuk dipasarkan.

Rantai Pemasukan dan Rantai Pemasaran Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) Beku Studi Kasus PT. Yanagi Histalaraya

Kegiatan rantai pemasaran udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) beku studi kasus PT. Yanagi Histalaraya dapat dilihat pada Gambar 3 di bawah ini:



Gambar 1. Kegiatan rantai pemasukan dan rantai pemasaran

Biaya

Biaya yang digunakan dalam kegiatan pemasaran PT. Yanagi Histalaraya pada

bulan Mei Tahun 2017 dapat dilihat pada Tabel 1, 2 dan 3 dibawah ini:

Tabel 1. Biaya tetap proses produksi udang segar menjadi udang beku

Frekuensi/Bulan	Biaya tetap (Rp)
30 kali	291.333

Sumber : Data primer setelah diolah, 2017.

Tabel 2. Biaya variabel proses produksi udang segar menjadi udang beku

Frekuensi/Bulan	Biaya Variabel (Rp)
30 kali	4.192.191.119

Sumber : Data primer setelah diolah, 2017.

Tabel 3. Total biaya proses produksi udang segar menjadi udang beku

Frekuensi/Bulan	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)
30 kali	291.333	4.192.482.452	4.192.482.452

Sumber : Data primer setelah diolah, 2017.

Harga Pokok Penjualan

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh harga pokok penjualan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \frac{\text{Rp}}{\text{Kg}} \\ \text{HPP} &= \frac{4.192.482.452}{82.585} \\ \text{HPP} &= 50.766 \end{aligned}$$

Penerimaan

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh jumlah penerimaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{TR} &= P \times Q \\ \text{TR} &= 52.000 \times 82.585 \\ \text{TR} &= 4.294.420.000 \end{aligned}$$

Keuntungan

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah keuntungan yang diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \pi &= \text{TR} - \text{TC} \\ \pi &= 4.294.420.000 - 4.192.482.452 \\ \pi &= 101.937.548 \end{aligned}$$

Rantai Pemasukan dan Rantai Pemasaran Udang Vaname Beku Studi Kasus PT. Yanagi Histalaraya

Rantai pemasaran menurut Kotler (2002) merupakan rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk barang atau jasa siap saji untuk dikonsumsi. Berdasarkan hasil penelitian pada Gambar 1 menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran di PT. Yanagi Histalaraya membentuk rantai dengan melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu pembudidaya, PT. Yanagi Histalaraya dan Vietnam.

Pembudidaya sebagai pemasok udang segar melakukan pembudidayaan udang di Kabupaten Bombana. Pemasok udang, selain mempunyai tambak sendiri, juga berperan sebagai pengumpul udang vaname dari petambak-petambak udang yang berada di Bombana. Hal ini dikarenakan tingginya permintaan perusahaan akan udang yang mencapai 1-3 ton tiap harinya. Setelah udang dikumpulkan, udang tersebut dimasukkan ke dalam gabus yang dicampur dengan

bongkahan es yang bertujuan agar udang tersebut tetap terjaga kesegarannya. Udang yang sudah dikumpulkan kemudian disusun di mobil pick up dan diangkut ke perusahaan PT. Yanagi Histalaraya. Bahan baku sudah sampai kemudian diproduksi sesuai ISO 2015 hingga menjadi udang vaname beku yang akan dikirim ke Vietnam. Proses pengiriman produk tersebut, melalui container menuju ke pelabuhan pelayaran *Civie Company* untuk melakukan perjalanan. Kemudian ditransitkan ke Surabaya untuk menunggu proses selanjutnya dan kemudian produk tersebut langsung dikirim ke Vietnam. PT. Yanagi Histalaraya tidak melakukan kegiatan ekspor ke Jepang, karena permintaan Jepang adalah udang jenis vaname yang menggunakan pakan alami. Sedangkan para pembudidaya saat ini membudidaya udang vaname dengan pakan buatan sehingga perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan dari Jepang.

Mata rantai yang dibentuk dalam kegiatan pemasaran ini hanya melibatkan beberapa lembaga pemasaran sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan tidak tinggi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Eddiwan (1983) yang menyatakan mata rantai yang panjang akan mengakibatkan biaya pemasaran menjadi tinggi karena tiap lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan untuk menutup biaya pemasaran yang telah dikeluarkan.

Harga Pokok Penjualan Udang Vaname Beku ke Luar Negeri

Harga pokok penjualan menurut Hansen (2006) adalah harga pokok penjualan mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Berdasarkan Model analisis yang digunakan untuk mengetahui penetapan harga yang digunakan oleh perusahaan

dalam memasarkan hasil produksi berupa udang beku, yaitu menggunakan analisis harga pokok penjualan. Berdasarkan analisis yang digunakan, harga pokok penjualan pada perusahaan PT. Yanagi Histalaraya dalam memasarkan udang beku yaitu sebesar Rp50.507 per kg. Dari data yang diperoleh melalui wawancara kepada pihak perusahaan, untuk mendapatkan keuntungan, harga jual yang diberlakukan oleh perusahaan dari hasil produksi saat ini yaitu 4\$ atau setara dengan Rp52.000 per kg. Penentuan harga jual sudah dipertimbangkan menurut biaya-biaya yang sudah dikeluarkan dan penerimaan yang masuk ke perusahaan. Harga yang sudah ditetapkan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang memiliki kebijakan tersendiri dalam penentuan harga jual atas produknya.

Keuntungan Hasil Pemasaran Udang Vaname Beku PT. Yanagi Histalaraya

Keuntungan adalah hasil dari penerimaan yang dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung, apabila penerimaan (TR) lebih besar dibandingkan dengan biaya (TC) maka dikatakan mendapatkan keuntungan (π) dan sebaliknya apabila biaya (TC) lebih besar dibandingkan dengan penerimaan maka usaha tersebut rugi. Sesuai dengan pernyataan Rahardja dan Manurung (2008), bahwa jika penerimaan (TR) lebih besar dibandingkan dengan biaya (TC) yang dikeluarkan suatu usaha maka usaha tersebut mengalami keuntungan. Laba atau keuntungan adalah total penerimaan (TR) dari usaha yang dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan. Usaha dikatakan memperoleh laba atau keuntungan jika nilai (π) positif ($\pi > 0$), dimana penerimaan (TR) lebih besar dari total biaya (TC).

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis biaya pemasaran, analisis harga pokok penjualan dan analisis penerimaan maka hasil akhir yang menjadi tujuan pemasaran udang beku di PT. Yanagi Histalaraya yaitu untuk mengetahui berapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dari penerimaan sebesar Rp4.294.420.000 dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan sebesar Rp4.192.482.452, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan selama bulan Mei ke bulan Juni adalah sebesar Rp101.937.548.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Yanagi Histalaraya PPS Kendari, Sulawesi Tenggara maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan rantai pemasaran udang vaname beku studi kasus PT. Yanagi Histalaraya PPS Kendari yaitu:
 - a. Penyuplai udang untuk *input* produksi udang vaname adalah dari nelayan budidaya di Kabupaten Bombana.
 - b. PT. Yanagi Histalaraya sebagai pelaku produksi dari bahan baku yang sudah masuk diubah menjadi *Litopenaeus vannamei* beku.
 - c. Vietnam sebagai tempat tujuan pengiriman udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) beku yang diproduksi oleh PT. Yanagi Histalaraya melalui *transit* Surabaya.
2. Harga pokok penjualan dari produksi udang vaname sebesar Rp50.766. sedangkan harga ke Vietnam sebesar 4\$ atau Rp52.000

3. Keuntungan yang diperoleh PT. Yanagi Histalaraya adalah sebesar Rp101.937.548.

DAFTAR PUSTAKA

- Eddiwan.1983. Peranan Koperasi dalam Pemasaran Hasil dan Pengembangan Desa Nelayan. Dalam: Prosiding Workshop Sosial Ekonomi Perikanan Indonesia. A. Dwiponggo. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perikanan. Jakarta.
- Etta dan Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Hansen. 2006. Management Accounting. Edisi tujuh. Salemba empat. Jakarta.
- Kementrian Kelautan dan Perikanan. 2012. Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia No.Kep.14/Men/2012 tentang Pedoman Umum Penumbuhan dan Pengembangan Kelembagaan Pelaku Utama Perikanan, Kementrian Kelautan dan Perikanan. Jakarta.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Mile. Pentice Hall Indonesia. Jakarta.
- La Ola, L.O. 2015. Materi Perkuliahan Ekonomi Perikanan Agribisnis Perikanan. Universitas Halu Oleo. Kendari.
- _____. 2015. Kajian Pembangunan Usaha Perikanan Dibeberapa Kawasan Pengembangan Perikanan dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Kendari. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah [BAPPEDA]. Kota Kendari.
- Rahardja, P, dan Manurung, M. 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi (MikroEkonomi dan Makro Ekonomi). Edisi Ketiga.

- Lembaga Penerbit Fakultas
Ekonomi Universitas Indonesia.
Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usaha Tani.
UI Press. Jakarta.
- _____. 2002. Analisis Keuntungan.
UI Press. Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008
tentang Usaha Mikro, Kecil dan
Menengah.
- Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009
tentang Perikanan.