

## ANALISIS PEMASARAN IKAN ASAP TUNA SKALA RUMAH TANGGA PADA PASAR LOKAL KECAMATAN HERLANG KABUPATEN BULUKUMBA

### Marketing Analysis of Household-Scale Smoked Tuna in the Local Market of Herlang Sub-District of Bulukumba District

Reni Anggun<sup>1)</sup>, Crhistoporus<sup>1)</sup>, Noalina Serdiati<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

<sup>2)</sup>Program Studi Akuakultur Fakultas Peternakan dan Perikanan Universitas Tadulako, Palu

Email: [renianggun96@gmail.com](mailto:renianggun96@gmail.com), [crhistoporus@yahoo.com](mailto:crhistoporus@yahoo.com),  
[novalinaserdiati@untad.ac.id](mailto:novalinaserdiati@untad.ac.id)

Diterima: 16 April 2025, Revisi : 7 Agustus 2025, Diterbitkan: April 2026  
<https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v33i1.2496>

#### ABSTRACT

Household-scale smoked tuna processing in Herlang Sub-district, Bulukumba District, represents a strategic local economic activity; however, its market expansion remains constrained by limited access, suboptimal promotion, and ineffective marketing strategies. This study aims to evaluate the determinants of marketing performance of smoked tuna enterprises, focusing on production, price, and distribution factors. A quantitative survey was conducted from September to October 2024, and the data were analyzed using multiple linear regression. The results reveal that production, price, and distribution simultaneously exert a significant effect on marketing performance ( $p < 0.05$ ), explaining 89.0% of the variance ( $R^2 = 0.890$ ). Partially, production demonstrates the most dominant positive influence ( $\beta = 0.875$ ), followed by price ( $\beta = 0.325$ ) and distribution ( $\beta = 0.148$ ), all of which are statistically significant ( $p < 0.05$ ). These findings highlight that strengthening production capacity and consistency is the primary driver of marketing performance, supported by appropriate pricing strategies and efficient distribution systems. This study provides empirical evidence to support the development of more effective marketing strategies for small-scale smoked tuna industries in coastal areas.

**Keywords** : Household Industry, Marketing, and Smoked Tuna.

#### ABSTRAK

Pengolahan ikan asap tuna di Kecamatan Herlang, Kabupaten Bulukumba telah menjadi industri skala rumah tangga yang penting dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Namun, tantangan pemasaran seperti keterbatasan akses pasar, promosi yang kurang efektif, dan strategi pemasaran yang belum optimal menjadi

penghambat dalam pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran ikan asap tuna skala rumah tangga di Kecamatan Herlang, Kabupaten Bulukumba. Penelitian dilaksanakan pada bulan September hingga Oktober 2024 menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini mengkaji tiga variabel independen yaitu produksi ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan distribusi ( $X_3$ ), serta pengaruhnya terhadap pemasaran ikan asap tuna ( $Y$ ). Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pemasaran ikan asap tuna dengan nilai F-hitung sebesar 42402.367 ( $p < 0,05$ ) dan nilai  $R^2$  sebesar 0,890. Secara parsial, produksi memiliki pengaruh positif terkuat ( $\beta = 0,875$ ,  $p = 0,001$ ), diikuti oleh harga ( $\beta = 0,325$ ,  $p = 0,000$ ), dan distribusi ( $\beta = 0,148$ ,  $p = 0,002$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun semua variabel berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan pemasaran, aspek produksi memainkan peran paling dominan dalam menentukan kinerja pemasaran ikan asap tuna skala rumah tangga di Kecamatan Herlang.

**Kata Kunci :** Ikan Asap Tuna, Analisis Pemasaran, Industri Rumah Tangga, Faktor Pemasaran.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, memiliki potensi sumber daya perikanan yang sangat besar, dengan garis pantai sepanjang 95.181 km dan luas wilayah laut mencapai 5,8 juta km<sup>2</sup>, Indonesia menjadi salah satu produsen ikan terbesar di dunia (Oheoputra et al., 2024). Potensi ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap ketahanan pangan nasional, tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian bagi jutaan masyarakat pesisir.

Salah satu komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan diminati pasar internasional adalah ikan tuna. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil tuna terbesar di dunia, dengan produksi mencapai 613575 Ton pada tahun 2019 (Kristiani et al., 2024). Namun, tantangan utama dalam industri perikanan tuna adalah sifat produk yang mudah rusak, sehingga memerlukan penanganan dan pengolahan yang tepat untuk memperpanjang masa simpan dan meningkatkan nilai tambah.

Sektor perikanan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di wilayah pesisir. Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2021), produksi perikanan tangkap Indonesia mencapai

7,07 juta ton pada tahun 2020. Namun, tantangan utama yang dihadapi nelayan dan pengolah ikan skala kecil adalah fluktuasi harga dan keterbatasan akses pasar. Industri perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting bagi Indonesia, baik dari segi produksi maupun kontribusi terhadap perekonomian nasional. Ikan tuna merupakan komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan digemari oleh banyak masyarakat, baik di dalam negeri.

Perikanan sangat berperan penting dalam ekonomi lokal di Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan. Salah satu produk perikanan unggulan yang banyak dipasarkan dari industri perikanan adalah ikan Tuna Asap. Industri pengolahan ikan asap memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2021) produksi ikan olahan nasional pada tahun 2021 mencapai 6,89 juta ton, dengan kontribusi signifikan dari produk ikan asap. Dari total produksi tersebut, ikan asap menyumbang sekitar 12% atau setara dengan 826.800 ton. Nilai ekspor produk perikanan olahan, termasuk ikan asap, pada tahun 2021 mencapai US\$ 5,23 miliar, menunjukkan potensi pasar yang besar untuk produk ini. Salah Satu daerah penghasil ikan asap adalah Kecamatan Herlang di Kabupaten

Bulukumba, dengan spesialisasi utama pada pengolahan Tuna Asap (Amir et al., 2018).

Pengasapan merupakan salah satu metode pengawetan ikan yang telah lama dikenal dan dipraktikkan oleh masyarakat Indonesia. Teknik ini tidak hanya berfungsi sebagai metode pengawetan, tetapi juga memberikan cita rasa dan aroma khas yang disukai konsumen (Harlina, et al., 2022). Ikan asap, termasuk tuna asap, telah menjadi produk olahan perikanan yang populer dan memiliki potensi pasar yang menjanjikan, baik di pasar domestik maupun internasional.

Proses pengasapan ikan tidak hanya memiliki rasa yang ciri khas, tetapi juga berfungsi sebagai pengawet alami yang dapat memperpanjang umur simpan produk. Ikan asap telah menjadi salah satu produk unggulan di berbagai daerah di Indonesia (Mardiah & Fitria, 2018).

Pengolahan ikan tuna menjadi produk ikan asap tidak hanya meningkatkan nilai tambah, tetapi juga memberikan beberapa keunggulan seperti daya tahan simpan yang lebih lama, kemudahan dalam distribusi dan pemasaran, serta cita rasa yang khas dan disukai banyak orang (Adawyah, 2007).

Data dari Dinas Perikanan Kabupaten Bulukumba menunjukkan bahwa produksi ikan asap tuna di Kecamatan Herlang mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Produksi ikan asap tuna di Kecamatan Herlang menunjukkan tren positif dengan peningkatan dari 420 Ton pada tahun 2020 menjadi 475 Ton pada tahun 2023. Perkembangan jumlah produksi ikan asap tuna di Kecamatan Herlang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan jumlah produksi ikan asap tuna di Kecamatan Herlang (2020-2023)

Tahun	Produksi Ikan Asap (Ton)
2020	420
2021	385
2022	425
2023	475

Harga ikan asap tuna di tingkat produsen di Kecamatan Herlang berkisar antara Rp. 45.000-60.000 per kilogram, dengan jalur distribusi yang masih terbatas pada pasar lokal dan regional Sulawesi Selatan. Para pengolah ikan skala rumah tangga di wilayah ini umumnya masih menggunakan metode pengasapan tradisional dan memasarkan produknya melalui pedagang pengumpul atau langsung ke pasar tradisional (Harlina et al., 2022).

Produksi ikan asap tuna Kecamatan Herlang menyumbang sekitar 0.06% dari total produksi ikan olahan nasional yang mencapai 826.800 Ton pada tahun 2021. Meskipun kontribusinya terhadap produksi nasional relatif kecil, potensi pengembangan usaha ini masih sangat besar mengingat nilai ekspor produk perikanan olahan Indonesia mencapai US\$ 5,23 miliar pada tahun 2021. Sistem distribusi nasional telah mencakup jaringan yang lebih luas meliputi pasar modern, industri pengolahan, dan pasar ekspor, berbeda dengan kondisi di Kecamatan Herlang yang masih terbatas pada pasar tradisional. Meskipun produksi ikan asap tuna Kecamatan Herlang menyumbang 0,06% dari total produksi ikan olahan nasional, kontribusi potensial nilai eksponya diperkirakan mencapai US\$ 3,138 juta per tahun (Amir et al., 2018).

Produksi ikan asap tuna skala rumah tangga di Kecamatan Herlang telah menjadi salah satu sumber penghasilan penting bagi sebagian masyarakat setempat, serta berkontribusi dalam menyediakan lapangan kerja dan menopang perekonomian lokal (Hartanto et al., 2021). Meskipun industri skala rumah tangga pengolahan ikan asap tuna ini telah berlangsung cukup lama, seringkali pelaku usaha menghadapi berbagai kendala dalam aspek pemasaran. Keterbatasan akses pasar, promosi yang kurang efektif, serta strategi pemasaran yang belum optimal dapat menjadi penghambat dalam perkembangan usaha mereka.

Produk yang berkualitas harus didukung dengan penetapan harga yang tepat, promosi yang efektif, serta distribusi yang efisien agar dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan usaha (Wibowo & Aprianingsih,

2024). Belum optimalnya penerapan strategi pemasaran pada usaha ikan asap tuna di Kecamatan Herlang menyebabkan jangkauan pasar yang masih terbatas dan nilai tambah yang belum maksimal. Pelaku usaha umumnya masih menjalankan usaha secara tradisional tanpa perencanaan pemasaran yang sistematis. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran ikan asap tuna skala rumah tangga di Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba dengan menganalisis pengaruh variabel produksi, harga, dan distribusi terhadap pemasaran ikan asap tuna.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Herlang, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan September – Oktober 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang telah ditentukan melalui penggunaan kuesioner terstruktur.

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengumpulan langsung di lapangan menggunakan metode wawancara terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi. Data primer yang dikumpulkan mencakup karakteristik responden serta data terkait variabel-variabel penelitian yang meliputi produksi ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), distribusi ( $X_3$ ), dan pemasaran ikan asap tuna ( $Y$ ). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai instansi terkait seperti Dinas Perikanan Kabupaten Bulukumba dan Badan Pusat

Statistik, serta literatur yang relevan. Data sekunder yang dikumpulkan meliputi data geografis dan demografis Kecamatan Herlang, data produksi perikanan, serta data jumlah pelaku usaha ikan asap tuna di wilayah penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa metode yang saling melengkapi. Observasi langsung dilakukan untuk mengamati proses produksi dan pemasaran ikan asap tuna di lokasi penelitian. Wawancara mendalam (in-depth interview) dilaksanakan secara terstruktur untuk memperoleh informasi detail dari responden. Selama proses penelitian, dilakukan pencatatan terhadap data-data penting yang ditemukan di lapangan. Selain itu, dokumentasi juga dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai dokumen dari sumber yang relevan untuk mendukung kelengkapan data penelitian.

### Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari satu variabel dependen ( $Y$ ) yaitu pemasaran ikan asap tuna, dan tiga variabel independen yang meliputi produksi ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan distribusi ( $X_3$ ). Variabel-variabel ini dipilih untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran ikan asap tuna.

### Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Model regresi yang digunakan adalah:

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

Dimana:

$Y$  = Volume Pemasaran ikan asap tuna (kg)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Produksi (kg)

$X_2$  = Harga (Rp)

$X_3$  = Distribusi (variabel dummy)

$\varepsilon$  = Error term

## Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Pengujian ini meliputi:

1. Uji Normalitas, dilakukan dengan dua metode yaitu analisis grafik Normal P-Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal.
2. Uji Multikolinearitas, menggunakan nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen, dengan kriteria nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1.
3. Uji Heteroskedastisitas, dilakukan melalui analisis grafik scatterplot dan uji Glejser. Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan melalui beberapa tahap pengujian yaitu:

1. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi ( $R^2$ ) Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel dan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.
2. Uji F (Simultan) Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ .
3. Uji t (Parsial) Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ .

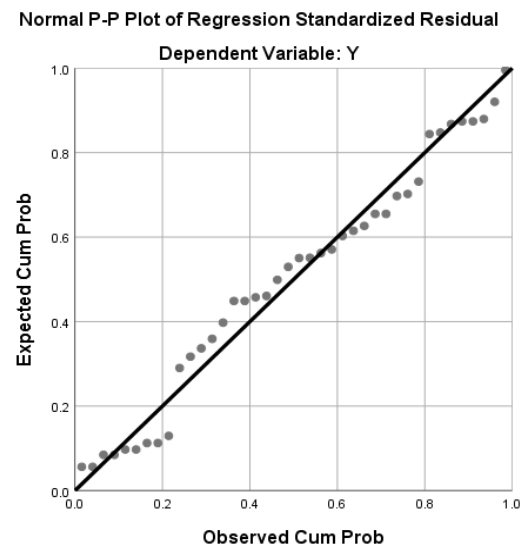
Rangkaian pengujian ini dilakukan untuk memperoleh hasil analisis yang akurat dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran ikan asap tuna di lokasi penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik.

#### Uji Normalitas

Hasil uji asumsi klasik pada gambar 1 menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.



Gambar 1. Kurva Normal P-Plot

Grafik normal probability plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, yang mengindikasikan bahwa data terdistribusi secara normal. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi pemasaran ikan asap tuna berdasarkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk pada tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini memperkuat hasil dari grafik normal probability plot, mengkonfirmasi bahwa data residual terdistribusi secara normal.

Tabel 2. Uji Normalitas variabel independent menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk
Pemasaran	0,200	0,576
Produksi	0,200	0,593

Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, yang berarti bahwa model ini dapat digunakan untuk memprediksi pemasaran ikan asap tuna dengan akurat berdasarkan variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian.

### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) sebagai indikator. Hasil pengujian multikolinearitas untuk masing-masing variabel independen disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas variabel independen

Varibael	Tolerance	VIP
Produksi	.623	1.605
Harga	.630	1.588
Distribusi	.979	1.022

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel produksi memiliki nilai VIF tertinggi sebesar 1,605, diikuti oleh variabel harga dengan nilai VIF 1.588, dan variabel distribusi dengan nilai VIF 1,605. Semua nilai VIF berada jauh di bawah batas kritis 10, yang mengindikasikan tidak adanya masalah multikolinearitas yang serius dalam model.

Nilai tolerance untuk semua variabel juga menunjukkan hasil yang baik, dengan variabel distribusi memiliki nilai tolerance tertinggi sebesar 0,979, diikuti harga sebesar

0,630, dan produksi sebesar 0,623. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0.1 ini semakin memperkuat bukti bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen.

Hasil ini mengkonfirmasi bahwa ketiga variabel independen (produksi, harga, dan distribusi) memiliki hubungan yang independen satu sama lain dan dapat digunakan bersama-sama dalam model regresi logistik. Tidak adanya multikolinearitas ini menunjukkan bahwa hasil analisis regresi yang dihasilkan akan lebih akurat dalam mengestimasi pengaruh masing-masing variabel terhadap pemasaran ikan asap.

### Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi, dilakukan pengujian menggunakan uji Glejser. Hasil pengujian heteroskedastisitas untuk masing-masing variabel independen ditampilkan pada Tabel 4 berikut.

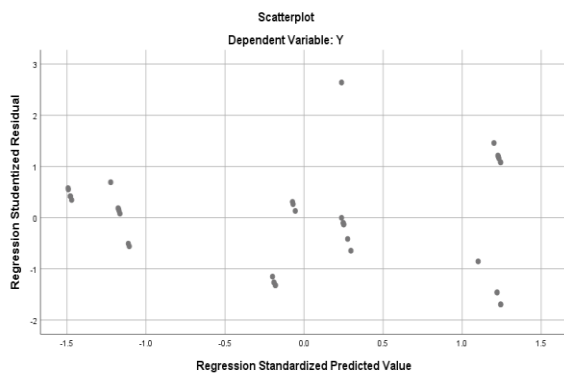
Tabel 4. Hasil analisis uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser

Varibael	Sig.
Produksi	.150
Harga	.350
Distribusi	.141

Hasil uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk semua variabel independen lebih besar dari 0,05. Secara spesifik, variabel produksi (X1) memiliki nilai signifikansi 0,256, harga (X2) 0,082, promosi (X3) 0,507, dan produksi (X4) 0,325. Hasil ini memperkuat kesimpulan dari analisis grafik scatterplot, mengkonfirmasi bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi ini dapat diandalkan untuk memprediksi pemasaran ikan asap tuna tanpa bias yang disebabkan oleh ketidaksamaan varians dari residual.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot yang menunjukkan pola penyebaran titik-titik residual ditampilkan pada Gambar 2.

Berdasarkan grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan kata lain, varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap konstan (homoskedastisitas). Kondisi ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai untuk memprediksi pemasaran ikan asap tuna berdasarkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian.



Gambar 2. Uji Heteroskedostisitas Berdasarkan Grafik Scatterplot

### Uji Regresi linear Berganda Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel dan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dilakukan analisis koefisien korelasi dan determinasi yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,995 <sup>a</sup>	0,890	0,989	0,770

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,995, yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (produk, harga, promosi, dan produksi) dengan variabel dependen (pemasaran ikan asap tuna). Nilai koefisien

determinasi (R Square) sebesar 0,890 menunjukkan bahwa 89% variasi dalam pemasaran ikan asap tuna dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, promosi, dan produksi.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,989 memberikan estimasi yang lebih konservatif, namun tetap menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang sangat tinggi. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan sangat baik dalam menjelaskan variasi pemasaran ikan asap tuna di Kecamatan Herlang, Kabupaten Bulukumba.

### Uji F

Pengujian pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan melalui uji F, dengan hasil yang ditampilkan pada Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Hasil uji simultan terhadap variabel dependen

Model	F-hitung	Sig.
Regresi	42402.367	0.000

Hasil uji F menunjukkan dengan tingkat signifikansi 0,000, yang jauh lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan fit dan layak. Dengan kata lain, variabel independen (produksi, harga, dan produksi) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemasaran ikan asap tuna. Hasil ini menegaskan bahwa ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan prediktor yang baik untuk menjelaskan variasi dalam pemasaran ikan asap tuna di Kecamatan Herlang, Kabupaten Bulukumba.

Hasil ini mendukung temuan yang menyatakan bahwa keberhasilan pemasaran produk perikanan skala rumah tangga ditentukan oleh interaksi berbagai faktor secara simultan. Menurut (Amirah Khairi et al., 2024), pendekatan terintegrasi dalam manajemen produksi, penetapan harga, dan distribusi sangat penting untuk mencapai kinerja pemasaran yang optimal. Nilai R<sup>2</sup> yang tinggi juga mengindikasikan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan

prediktif yang baik (Momin et al., 2023).

### Uji T

Untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan uji T yang hasilnya disajikan dalam Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Hasil analisis uji parsial (uji T)

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-hitung	Sig.
(Constant)	0,310	0.119	2.605	0,013
Produksi	0,875	0.004	218.750	0,001
Harga	0,325	0.011	29.545	0,000
Distribusi	0,148	0.003	49.333	0,002

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel produksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran ikan asap tuna dengan koefisien regresi sebesar 0,875 dan nilai signifikansi 0,001 ( $p < 0,05$ ), dengan kata lain, 87,5% dari kenaikan dalam produksi ditransfer menjadi peningkatan dalam pemasaran produk. Pengaruh positif ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan produksi akan diikuti oleh peningkatan pemasaran ikan asap tuna. Temuan ini sejalan dengan penelitian Devi Maulidasari, (2017) dan Hamza et al., (2017) yang menemukan bahwa kapasitas produksi merupakan faktor kunci dalam pemasaran produk perikanan skala rumah tangga. Tingkat produksi yang optimal memungkinkan produsen untuk memenuhi permintaan pasar secara konsisten dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Peningkatan produksi juga memungkinkan produsen untuk mencapai skala ekonomi yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan efisiensi pemasaran (Eretan, 2020).

Variabel harga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran ikan asap tuna dengan koefisien regresi sebesar 0,325 dan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ), berarti bahwa ketika harga meningkat, pemasaran juga meningkat, meskipun dengan

intensitas yang lebih rendah dibandingkan dengan pengaruh variabel produksi (0,875). Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga memiliki peran penting dalam keberhasilan pemasaran produk. Hal ini mendukung temuan Syasya et al., (2020) and Titus, (2013) merupakan faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen untuk produk perikanan olahan. Penetapan harga yang tepat tidak hanya mempengaruhi volume penjualan tetapi juga berkaitan dengan persepsi nilai produk di mata konsumen. Strategi harga yang efektif harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, daya beli konsumen, dan harga pesaing di pasar (Syasya et al., 2020).

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel distribusi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran dengan koefisien regresi sebesar 0,148 dan nilai signifikansi 0,002 ( $p < 0,05$ ), pemasaran ikan asap tuna yang didistribusikan melalui perantara pengecer (kode 1) memiliki nilai pemasaran yang lebih tinggi sebesar 0,148 satuan dibandingkan dengan pemasaran ikan asap tuna yang didistribusikan langsung dari pengusaha ke pembeli (kode 0), dengan asumsi variabel lain konstan. Meskipun memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan variabel lainnya, peran distribusi tetap penting dalam menunjang keberhasilan pemasaran.

Signifikansi 0,002 menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan memang ada perbedaan nyata dalam efektivitas pemasaran antara kedua saluran distribusi tersebut. Meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan variabel produksi (0,875) dan harga (0,325), hasil ini mengindikasikan bahwa penggunaan perantara pengecer dalam rantai distribusi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pemasaran ikan asap tuna di Kecamatan Herlang.

Temuan ini mungkin mencerminkan bahwa pengecer memiliki jangkauan pasar yang lebih luas atau akses ke konsumen yang lebih beragam dibandingkan dengan penjualan langsung oleh pengusaha. Meskipun dampaknya tidak sebesar variabel produksi dan harga, strategi distribusi melalui pengecer

masih merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan pemasaran ikan asap tuna.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Bosona, (2013) dan Nordmark (2015) yang menekankan pentingnya sistem distribusi yang efektif dalam menjangkau pasar lokal. Menurut Andru et al., (2024); dan Trisolvena et al., (2024), manajemen distribusi yang baik dapat meminimalkan biaya logistik dan memastikan produk sampai ke konsumen dalam kondisi optimal. Efektivitas saluran distribusi juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha ikan asap tuna skala rumah tangga perlu memberikan perhatian utama pada aspek produksi, tanpa mengabaikan pentingnya strategi penetapan harga dan sistem distribusi yang efektif. Hal ini sejalan dengan rekomendasi Russo et al., (2017) yang menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam pengembangan usaha perikanan skala rumah tangga. Optimalisasi kapasitas produksi perlu diimbangi dengan strategi harga yang kompetitif dan sistem distribusi yang efisien untuk mencapai kinerja pemasaran yang optimal. Dahlia (2022) juga menegaskan bahwa keberhasilan usaha skala rumah tangga sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengelola ketiga aspek tersebut secara seimbang. Pengembangan kapasitas pelaku usaha dalam hal manajemen produksi, penetapan harga, dan distribusi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing usaha di pasar lokal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran ikan asap tuna skala rumah tangga di Kecamatan Herlang, dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama), variabel produksi, harga, dan distribusi terbukti berpengaruh signifikan terhadap pemasaran ikan asap tuna skala rumah tangga di Kecamatan Herlang. Hasil penelitian menunjukkan kuatnya pengaruh simultan ini juga didukung oleh nilai

koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,890, yang mengindikasikan bahwa 89% variasi dalam pemasaran ikan asap tuna dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut. Secara parsial (individual), ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan kekuatan pengaruh yang berbeda-beda. Variabel produksi memiliki pengaruh terbesar dengan koefisien regresi 0,875 (sig. 0,001), diikuti oleh variabel harga dengan koefisien 0,325 (sig. 0,000), dan variabel distribusi dengan koefisien 0,148 (sig. 0,002). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun ketiga variabel berpengaruh signifikan, aspek produksi memainkan peran yang paling dominan dalam menentukan keberhasilan pemasaran ikan asap tuna di Kecamatan Herlang.

## DAFTAR PUSTAKA

- AAadawyah, R. (2007). *Pengolahan dan Pengawetan Ikan*. Bumi Aksara.
- Amir, N., Metusalach, M., & Fahrul, F. (2018). *Mutu dan Keamanan Pangan Produk Ikan Asap di Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan*. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 11(2), 15.  
<https://doi.org/10.29239/j.agrikan.11.2.15-21>
- Amirah Khairi, U., Hasibuan, N., & Zidan Riza Pratama, A. (2024). *Strategi Pemasaran Dan Posisi Target Sebagai Kunci Keberhasilan Bisnis*. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9, 9–17.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21424>
- Andru, S., Vijaya Arjunan, R., Shailesh, T., & Bhandage, V. (2024). *Optimizing Company Performance Through Effective Logistics Management*. In *J. Electrical Systems* (Vol. 20, Issue 10).

- Bosona, T. (2013). *Integration of Logistics Network in Local Food Supply Chains*. Swedish University of Agricultural Sciences.
- Dahlia, D. (2022). *Analisis Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Pelayanan, Harga Dan Lokasi Pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan*. *Journal Management, Business, and Accounting*, 21, 87–97.
- Maulidasari, C, D. (2017). *Supply Chain Strategy to Overcome the Lack of Production Capacity*. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 1(2), 1–9.  
<http://jurnal.utu.ac.id/jbkan>
- Eretan, G. O. (2020). *Production Optimization and Corporate Productivity in the Nigerian Manufacturing Industry*. *European Journal of Business and Management*, 12(21), 91–100.  
<https://doi.org/10.7176/ejbm/12-21-11>
- Hamza, M., Alhasseen, I., & Mohamed, S. (2017). *Contribution of Fishery Production and Marketing Sector in the Household Food Security in the Red Sea State, Sudan*. *American Scientific Research Journal for Engineering Technology, and Sciences (ASRJETS)*, 31(1), 176–182.  
<http://asrjetsjournal.org/>
- Harlina, H., Ernaningsih, Nirwana, A., Kasmawati, K., ST. Hadijah, & Hamdillah, A. (2022). *Kelompok Pengolah Ikan Tuna Asap di Desa Singa Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba*. 6, 126–132.
- Hartanto, T. R., Suharno, & Burhanuddin. (2021). *Export Competitiveness of Indonesian Tunas-Skipjack Tunas-Eastern Littles Tunas in The United States of America's Market*. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 24(2), 227–235.  
<https://doi.org/10.17844/jphpi.v24i2.36075>
- Kementrian Kelautan dan Perikanan. (2021). *Rilis Data Kelautan dan Perikanan Triwulan II Tahun 2021*.
- Kristiani, M., Suharno, S., & Harmini, H. (2024). *Export Performance of Indonesian Processed Tuna Commodities in the Japanese Market*. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 6(3), 557–567.  
<https://doi.org/10.37637/ab.v6i3.1495>
- Mardiah, A., & Fitria, E. A. (2018). *Analisis Organoleptik Ikan Asap yang Diolah Secara Tradisional*. *UNES Journal of Scientech Research*, 3(2), 101.  
<https://doi.org/10.31933/ujsr.3.2.101-109.2018>
- Momin, M. M., Lee, S., Wray, N. R., & Lee, S. H. (2023). *Significance tests for R2 of out-of-sample prediction using polygenic scores*. *American Journal of Human Genetics*, 110(2), 349–358.  
<https://doi.org/10.1016/j.ajhg.2023.01.004>
- Nordmark, I. (2015). *Assessment of Local Food Distribution Challenges and Possibilities for Logistics Development*. Swedish University of Agricultural Sciences.
- Oheoputra, H. O., Abdullah, N., Farastuti, E. R., Rumondang, A., & Henky Irawan. (2024). *Potensi Dan Pengelolaan Sumber Daya Kelautan Indonesia* (M. Nur Findra & M. Waode, Eds.). PT. Kamiya Jaya Aquatic.  
<https://www.researchgate.net/publication/380149032>

- Russo, T., Bitetto, I., Carbonara, P., Carlucci, R., D'Andrea, L., Facchini, M. T., Lembo, G., Maiorano, P., Sion, L., Spedicato, M. T., Tursi, A., & Cataudella, S. (2017). *A holistic approach to fishery management: Evidence and insights from a central mediterranean case study (Western Ionian Sea)*. *Frontiers in Marine Science*, 4(JUN).  
<https://doi.org/10.3389/fmars.2017.00193>
- Syasya, N., Mohd, F., Siti, A. &, & Esa, A. (2020). *How Pricing Effect Sales?* In *Journal of Undergraduate Social Science and Technology* (Vol. 2, Issue 2).  
<http://blog.clientheartbeat.com/why-customer-satisfaction-is-important/>
- Titus, S. (2013). *Price and Pricing*. In *Revista Economică* (Vol. 65).
- Trisolvena, M. N., Wattimena, F. Y., & Untajana, P. P. (2024). *Logistics Efficiency in Product Distribution with Genetic Algorithms for Optimal Routes*. *International Journal Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, 4(1), 247–262.  
<https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i1.2045>
- Wibowo, A. A. P., & Aprianingsih, A. (2024). *Marketing mix strategy to increase B2C volume at XXX (Logistic Company)*. *Journal of Multidisciplinary Academic Business Studies*, 1(4), 801–813.  
<https://doi.org/10.35912/jomabs.v1i4.2290>