

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Proyek Bisnis**

Indonesia sebagai negara maritim memiliki potensi perikanan yang sangat besar dengan garis pantai sepanjang 108.000 Kilometer dan wilayah laut yang mencapai 5,8 juta km<sup>2</sup>. Kekayaan laut Indonesia menghasilkan berbagai jenis ikan berkualitas tinggi, salah satunya adalah ikan tuna yang memiliki nilai ekonomis tinggi di pasar domestik maupun internasional. Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP, 2024), produksi komoditas tuna, cakalang, dan tongkol (TCT) Indonesia mencapai sekitar 1,49 juta ton per tahun, dengan kontribusi ekspor mencapai sekitar USD 1,03 miliar pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu produsen tuna terbesar di dunia dengan kontribusi signifikan terhadap pasar global. Ikan tuna dikenal sebagai komoditas perikanan unggulan karena kandungan nutrisinya yang kaya akan protein, asam lemak omega-3, vitamin, dan mineral yang sangat bermanfaat bagi kesehatan manusia. Namun demikian, sebagian besar produk tuna Indonesia masih dipasarkan dalam bentuk bahan baku (fresh/frozen whole fish), sehingga nilai tambah di dalam negeri belum sepenuhnya optimal dan peluang hilirisasi masih sangat terbuka.

Fenomena menarik terjadi dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data terbaru Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP, 2024), angka konsumsi ikan nasional terus menunjukkan tren peningkatan, dari 57,9 kg per kapita pada tahun 2023 menjadi sekitar 58,9 kg per kapita pada tahun

2024. Kenaikan ini mencerminkan pertumbuhan permintaan domestik terhadap produk perikanan, termasuk tuna, serta menunjukkan peluang besar bagi pengembangan produk tuna beku (*frozen tuna*) yang praktis, higienis, dan siap olah untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik seperti hotel, restoran, katering, dan ritel modern. Peningkatan konsumsi tersebut juga mengindikasikan semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asupan protein hewani berkualitas dalam mendukung pola makan sehat dan pemenuhan gizi seimbang sehari-hari.

Namun demikian, pemanfaatan ikan tuna di Indonesia masih belum optimal, terutama dalam hal pengolahan dan diversifikasi produk. Sebagian besar ikan tuna masih dijual dalam bentuk segar atau diekspor sebagai bahan mentah, sehingga nilai tambah ekonomi yang diperoleh pelaku usaha lokal masih terbatas (BPS, 2024). Berdasarkan laporan (KKP, 2023), lebih dari 65% produk tuna Indonesia masih diekspor dalam bentuk mentah (*fresh/frozen whole fish*), sedangkan pasar domestik belum tergarap secara optimal.

Penelitian Paillin & Hardjomidjojo (2025) tentang konfigurasi rantai pasok agroindustri tuna loin di Provinsi Maluku mengungkapkan bahwa Indonesia belum optimal dalam memanfaatkan nilai tambah produk tuna, dimana sebagian besar masih diekspor dalam bentuk loin mentah dengan margin keuntungan yang terbatas dibandingkan produk olahan bernilai tinggi. Kondisi ini mendorong perlunya inovasi dalam pengolahan ikan tuna menjadi produk bernilai tambah tinggi, salah satunya melalui teknologi frozen food yang dapat memperpanjang masa simpan sekaligus meningkatkan nilai jual produk.

Perkembangan industri frozen food di Indonesia menunjukkan tren yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang cenderung menginginkan kepraktisan dalam penyajian makanan telah mendorong permintaan terhadap produk frozen food semakin meningkat (Kemenprin, 2023-2024). Studi Ismi & Syamsuriah (2025) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen *frozen ready-made meals* pada dewasa muda di Indonesia menunjukkan tren peningkatan signifikan, dimana produk frozen food menjadi pilihan karena kemudahan penyimpanan, kepraktisan pengolahan, dan daya tahan yang lebih lama tanpa mengurangi nilai gizi.

Masyarakat urban yang memiliki mobilitas tinggi dan waktu terbatas untuk memasak menjadi target pasar utama produk *frozen food* karena kemudahan penyimpanan dan penyajiannya. Temuan riset dari NielsenIQ (2023) menunjukkan bahwa konsumen di wilayah perkotaan Indonesia mengalami peningkatan pembelian produk *ready to cook* dan *frozen food* seiring dengan perubahan pola kerja yang lebih dinamis dan meningkatnya jumlah rumah tangga dengan dua pekerja (*dual-income households*). Selain itu, laporan Euromonitor International (2024) mencatat bahwa kategori makanan beku di Indonesia mengalami pertumbuhan tahunan yang konsisten dalam lima tahun terakhir, didorong oleh urbanisasi, peningkatan pendapatan kelas menengah, dan preferensi terhadap makanan praktis namun tetap berkualitas.

Pengembangan bisnis frozen ikan tuna memiliki landasan yang kuat dari berbagai penelitian dan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh akademisi dan praktisi di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh (Hamdan

Syakhuro, et al, 2025) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan melalui pengolahan ikan tuna menjadi frozen food memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan dan motivasi wirausaha masyarakat. Program pelatihan tersebut berhasil membekali peserta dengan pengetahuan tentang teknik pengolahan ikan tuna yang higienis, proses pembekuan yang tepat, serta strategi pemasaran produk frozen food.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa dengan keterampilan yang memadai, masyarakat mampu menghasilkan produk frozen ikan tuna berkualitas yang dapat bersaing di pasar. Studi ini juga menekankan pentingnya transfer pengetahuan dan teknologi dari akademisi kepada masyarakat pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) agar dapat meningkatkan nilai tambah produk perikanan lokal dan membuka peluang lapangan kerja baru di sektor perikanan.

Inovasi produk frozen food berbahan dasar ikan telah terbukti memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi kelompok usaha masyarakat. (Sumadewi, et al, 2024) dalam penelitiannya terhadap Kelompok Amertha Segara di Tanjung Bena menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan frozen food berbahan dasar ikan telah membuka wawasan baru tentang diversifikasi produk perikanan. Kelompok ini sebelumnya hanya menjual ikan dalam bentuk segar dengan harga jual yang rendah dan risiko kerugian tinggi akibat pembusukan ikan yang tidak terjual.

Setelah mengikuti pelatihan dan mengimplementasikan teknologi frozen food, kelompok tersebut berhasil meningkatkan nilai jual produk hingga 200-

300 persen dan mengurangi kerugian akibat kerusakan bahan baku. Produk frozen yang dihasilkan juga memiliki daya tahan hingga 6 bulan dalam freezer, sehingga memberikan fleksibilitas dalam manajemen stok dan distribusi produk. Keberhasilan ini membuktikan bahwa pengolahan ikan menjadi frozen food bukan hanya meningkatkan nilai ekonomi, tetapi juga mengurangi pemborosan sumber daya perikanan yang sangat berharga.

Aspek pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan bisnis frozen ikan tuna, khususnya bagi kelompok ibu-ibu rumah tangga yang memiliki potensi besar sebagai pelaku usaha mikro. (Emilia, et al, 2024) dalam penelitiannya di Desa Pantai Cermin Kanan menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan ibu-ibu balita dalam mengolah ikan campur menjadi frozen food telah memberikan dampak ganda, yaitu peningkatan pendapatan keluarga dan perbaikan gizi balita.

Analisis model bisnis dan nilai tambah produk olahan ikan memberikan gambaran komprehensif tentang potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari bisnis frozen ikan tuna. (Nurhasanah, et al, 2025) dalam penelitiannya terhadap UMKM Torani Sumber Makmur di Kota Cirebon mengungkapkan bahwa pengolahan ikan menjadi produk frozen memberikan nilai tambah yang sangat signifikan dibandingkan dengan penjualan ikan segar. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa margin keuntungan produk olahan ikan dapat mencapai 40-60 persen, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan margin penjualan ikan segar yang hanya berkisar 10-20 persen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya nilai tambah ini antara lain proses pengolahan yang menambah utilitas produk, kemasan yang menarik dan informatif, serta branding yang kuat. Model bisnis yang dikembangkan oleh UMKM tersebut juga menunjukkan pentingnya segmentasi pasar yang tepat, dimana produk frozen ikan ditargetkan pada konsumen kelas menengah ke atas yang mengutamakan kualitas, kepraktisan, dan nilai gizi. Studi ini memberikan blueprint yang dapat diadopsi oleh pelaku usaha baru dalam mengembangkan bisnis frozen ikan tuna dengan model yang sustainable dan profitable.

Pengembangan kapasitas UMKM dalam pengolahan ikan tuna menjadi berbagai varian produk olahan menunjukkan pentingnya diversifikasi untuk memperluas pangsa pasar. (Marasabessy, et al, 2024) dalam penelitiannya terhadap UMKM Sigaro Malaha di Kota Ternate menunjukkan bahwa pengolahan ikan tuna tidak hanya terbatas pada produk frozen mentah, tetapi dapat dikembangkan menjadi berbagai produk turunan seperti abon ikan, nugget ikan, bakso ikan, dan produk olahan lainnya yang kemudian dibekukan untuk memperpanjang masa simpan.

Diversifikasi produk ini sangat penting untuk mengakomodasi preferensi konsumen yang beragam dan menciptakan diferensiasi produk di pasar yang semakin kompetitif. UMKM yang berhasil mengembangkan berbagai varian produk frozen ikan tuna memiliki resiliensi bisnis yang lebih baik karena tidak bergantung pada satu jenis produk saja. Ketika satu produk mengalami penurunan permintaan, produk lain dapat menjadi penyangga pendapatan usaha. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pelatihan berkelanjutan dan

pendampingan teknis bagi UMKM dalam mengembangkan inovasi produk agar tetap relevan dengan dinamika pasar dan tren konsumsi masyarakat.

Strategi pemasaran menjadi kunci keberhasilan dalam mengembangkan bisnis frozen ikan tuna di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. (Triyastuti, et al, 2021) dalam studinya terhadap UKM Frozen Seas yang memproduksi ikan cakalang asap mengidentifikasi bahwa strategi pemasaran yang efektif harus mencakup beberapa aspek penting seperti *product* (kualitas dan inovasi produk), *price* (penetapan harga yang kompetitif), *place* (saluran distribusi yang tepat), dan *promotion* (promosi yang menarik dan informatif).

UMKM yang berhasil adalah mereka yang mampu mengidentifikasi target pasar dengan jelas, memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, serta membangun brand image yang kuat melalui kualitas produk yang konsisten dan pelayanan yang memuaskan. Di era digital saat ini, pemasaran online melalui media sosial, marketplace, dan website menjadi strategi yang tidak dapat diabaikan karena kemampuannya menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien. Studi ini juga menunjukkan pentingnya membangun jaringan distribusi yang kuat, baik melalui kerjasama dengan retailer modern, restoran, hotel, catering, maupun penjualan langsung ke konsumen akhir untuk memastikan ketersediaan produk dan meningkatkan volume penjualan.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi makanan bergizi dan praktis, permintaan terhadap produk ikan tuna beku (*frozen tuna*) juga mengalami peningkatan yang signifikan, terutama di wilayah

perkotaan seperti Jakarta. Produk frozen tuna menjadi pilihan karena mudah diolah, tahan lama, dan tetap mempertahankan kualitas serta kandungan gizinya (Ismi & Syamsuriah 2025).

Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis penjualan ikan tuna beku. Namun, tingginya potensi pasar juga diiringi dengan meningkatnya tingkat persaingan antar pedagang, baik dari sisi harga, kualitas produk, kemasan, hingga strategi pemasaran yang digunakan. Pedagang di Jakarta kini tidak hanya bersaing secara tradisional di pasar fisik, tetapi juga melalui platform digital dan e-commerce yang menuntut inovasi dan daya saing yang lebih tinggi. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat tersebut, pelaku usaha perlu memahami posisi dan kekuatan bersaing yang dimilikinya dibandingkan dengan pesaing lain. Analisis terhadap faktor-faktor seperti kualitas produk, pelayanan konsumen, strategi distribusi, dan keunggulan harga menjadi penting untuk menentukan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP, 2023), total produksi tuna nasional mencapai 638 ribu ton per tahun, dengan nilai ekonomi lebih dari Rp 11,2 triliun. Namun, lebih dari 65% produk tuna Indonesia masih diekspor dalam bentuk mentah (fresh/frozen whole fish), sedangkan pasar domestik belum tergarap secara optimal. Padahal, konsumsi ikan di dalam negeri terus meningkat dari 54,5 kg per kapita (2021) menjadi 58,1 kg per kapita (2023), menunjukkan peluang besar untuk pengembangan produk tuna beku

(frozen tuna) yang praktis, higienis, dan siap olah untuk pasar domestik seperti hotel, restoran, dan ritel modern.

Dalam kegiatan perdagangan di Pelabuhan Perikanan Samudra Nizam Zachman Jakarta Utara, para pedagang frozen tuna domestik menghadapi berbagai tantangan operasional yang signifikan. Menurut (Sutriyani et al. 2024), para pedagang frozen food menghadapi fluktuasi harga bahan baku, biaya operasional tinggi (terutama dalam rantai dingin/cold chain), serta lemahnya sistem pencatatan transaksi keuangan yang akurat dan real-time. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan pencatatan manual yang tidak efisien dan rawan kesalahan, sehingga sulit dalam menyusun laporan keuangan dan mengambil keputusan bisnis yang tepat.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) hadir sebagai solusi untuk membantu pelaku usaha dalam mengelola data keuangan secara terintegrasi, akurat, dan efisien. Menurut (Miftahurrohman & Dewi 2021), penerapan SIA pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM) dapat meningkatkan efektivitas proses pencatatan transaksi, pengawasan aset, dan pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks UMKM perikanan, SIA juga mempermudah pelaporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) (Supriyati, 2018).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan SIA memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional dan kinerja bisnis UMKM. (Rahmalisy et al. 2023) menegaskan bahwa integrasi sistem akuntansi dengan teknologi digital seperti spreadsheet, mobile accounting, dan aplikasi berbasis

web mampu meningkatkan keandalan informasi keuangan, sekaligus menekan biaya administrasi. Dalam bidang perikanan, (Pantow 2024) serta (Indriani et al. 2021) membuktikan bahwa sistem akuntansi digital mampu meminimalisasi kesalahan pencatatan transaksi penjualan ikan serta mempercepat proses pelaporan pelelangan.

Meskipun demikian, adopsi sistem informasi akuntansi pada sektor perdagangan ikan beku domestik di pelabuhan besar seperti Nizam Zachman masih sangat terbatas. Sebagian besar pedagang beroperasi dengan skala kecil hingga menengah dan memiliki keterbatasan sumber daya manusia, teknologi, serta pengetahuan akuntansi formal (Juita, 2023). Rendahnya tingkat literasi keuangan dan minimnya pelatihan digital turut menjadi penghambat utama dalam implementasi sistem informasi keuangan yang terkomputerisasi (Yulianti & Tyoso, 2025).

Pengembangan usaha frozen food pada skala UMKM memerlukan strategi yang matang dan komprehensif untuk memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang. (Cristantina, 2021) dalam penelitiannya terhadap Dapur Icus di Kota Malang mengidentifikasi beberapa strategi kunci yang harus diterapkan dalam mengembangkan usaha frozen food, antara lain: pertama, peningkatan kualitas produk melalui standarisasi proses produksi dan pengendalian mutu yang ketat; kedua, pengembangan inovasi produk untuk menciptakan diferensiasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis; ketiga, perluasan jaringan pemasaran baik offline maupun online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas; keempat, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan dan

pendampingan berkelanjutan; kelima, penguatan manajemen keuangan untuk memastikan kesehatan finansial usaha; dan keenam, membangun kemitraan strategis dengan berbagai stakeholder seperti supplier bahan baku, distributor, dan lembaga pendukung UMKM. Penelitian ini menekankan bahwa kesuksesan bisnis frozen food tidak hanya ditentukan oleh faktor teknis produksi, tetapi juga oleh kemampuan manajerial dan strategi bisnis yang tepat. UMKM yang mampu mengintegrasikan semua aspek tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif yang sustainable.

Berdasarkan berbagai kajian dan bukti empiris di atas, pengembangan bisnis frozen ikan tuna memiliki prospek yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan di Indonesia. Kombinasi antara ketersediaan bahan baku yang melimpah (638 ribu ton per tahun), peningkatan permintaan pasar domestik dengan konsumsi ikan yang terus tumbuh, dukungan teknologi pengolahan yang semakin accessible, serta berbagai program pendampingan dan pelatihan dari pemerintah dan institusi pendidikan menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan bisnis frozen ikan tuna. Oleh karena itu, inisiasi dan pengembangan proyek bisnis frozen ikan tuna dengan **PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA PEDAGANG FROZEN IKAN TUNA INDUSTRI DOMESTIK DI PELABUHAN PERIKANAN SAMUDRA NIZAM ZACHMAN JAKARTA UTARA** merupakan langkah strategis yang sejalan dengan visi pembangunan ekonomi kelautan Indonesia yang berkelanjutan dan inklusif.

## **B. Tujuan Proyek Bisnis**

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengimplementasikan penerapan sistem informasi akuntansi pada pedagang frozen ikan tuna industri domestik di pelabuhan perikanan samudra nizam zachman jakarta utara.
2. Untuk meningkatkan efektifitas pengelolaan persediaan melalui sistem terintegrasi.
3. Untuk menyusun proyeksi keuangan dan rencana pengembangan.

### **C. Manfaat Proyek Bisnis**

1. Bagi Pelaku Usaha
  - a. Menjadi peluang untuk mengembangkan usaha baru di sektor perikanan dengan potensi pasar yang luas.
  - b. Meningkatkan keterampilan dalam manajemen produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan bisnis.
  - c. Memberikan pengalaman langsung dalam menjalankan bisnis berbasis riset dan inovasi produk makanan beku.
  - d. Memperoleh keuntungan finansial dari hasil penjualan produk serta memperluas jaringan kemitraan bisnis.
2. Bagi Akademik
  - a. Menjadi sarana penerapan teori kewirausahaan, akuntansi, dan manajemen dalam praktik nyata.
  - b. Mendorong pengembangan penelitian dan kajian tentang bisnis perikanan dan pangan berkelanjutan.

- c. Memberikan contoh nyata penerapan model bisnis berbasis inovasi dan pengolahan hasil laut.
- d. Menjadi bahan pembelajaran atau referensi untuk mahasiswa lain yang ingin membuat proyek bisnis serupa.

### 3. Bagi Konsumen

- a. Mendapatkan produk ikan tuna yang segar, higienis, dan mudah diolah tanpa perlu khawatir cepat rusak.
- b. Memperoleh akses terhadap produk bergizi tinggi dengan harga yang terjangkau.
- c. Menikmati kemudahan penyimpanan dan ketersediaan produk kapan pun dibutuhkan.
- d. Mendapatkan jaminan kualitas melalui proses produksi dan pengemasan modern.

### 4. Bagi Masyarakat

- a. Membuka lapangan kerja baru di bidang produksi, distribusi, dan pemasaran.
- b. Meningkatkan kesejahteraan nelayan lokal melalui kemitraan pembelian hasil tangkapan.
- c. Berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi daerah, khususnya sektor perikanan.
- d. Mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi ikan sebagai sumber protein sehat dan ramah lingkungan.

## **D. Tempat Proyek Bisnis**

Lokasi usaha akan dijalankan di Jl. Bawal No.3, Penjaringan, Kecamatan Penjaringan, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14440

#### **E. Jadwal Waktu Proyek Bisnis**

1. Bulan Juni-November 2023: Tahap persiapan yang meliputi penentuan lokasi usaha, penataan tempat produksi, perekrutan karyawan, pemilihan pemasok bahan baku ikan tuna, serta penjajakan kerja sama dengan calon pelanggan (customer) dan mitra distribusi.
2. Bulan Desember 2023: Memulai Pembelian barang dari luar daerah
3. Bulan Januari 2024 sampai saat ini: Pada tahap ini kegiatan produksi, pemasaran, dan distribusi produk frozen ikan tuna telah berjalan secara berkelanjutan. Selain itu, dilakukan juga evaluasi berkala terhadap proses produksi dan strategi pemasaran untuk meningkatkan efisiensi serta kualitas produk.

#### **F. Metodologi Penulisan Proyek Bisnis**

##### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Proyek bisnis ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu metode yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai kondisi bisnis yang akan dijalankan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis peluang usaha, kekuatan bersaing, serta strategi pengembangan bisnis PD. Frozen Ikan Tuna di Jakarta.

Selain itu, pendekatan bisnis yang digunakan bersifat studi kelayakan usaha (feasibility study) yang meninjau dari beberapa aspek seperti pasar,

teknis, manajemen, keuangan, dan hukum untuk menentukan potensi keberlanjutan usaha.

## 2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam proyek bisnis ini terdiri dari:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui observasi lapangan, wawancara dengan pedagang frozen food, pelaku usaha, serta konsumen di Jakarta.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung seperti laporan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), data Badan Pusat Statistik (BPS), literatur akademik, jurnal bisnis, serta artikel terkait industri frozen food dan ikan tuna.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dan akurat, digunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

- a. Observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap aktivitas penjualan, proses distribusi, serta kondisi pasar frozen ikan tuna di Jakarta.
- b. Wawancara, dilakukan dengan pemilik atau pengelola PD. Frozen Ikan Tuna, pedagang pesaing, serta beberapa konsumen untuk memahami persepsi pasar dan strategi bersaing.
- c. Studi Dokumentasi, dengan mengumpulkan data sekunder berupa laporan industri, referensi jurnal, dan data penunjang lainnya yang relevan dengan objek penelitian.

#### 4. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan beberapa metode, yaitu:

- a. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi posisi daya saing PD. Frozen Ikan Tuna terhadap pesaing di Jakarta.
- b. Analisis Deskriptif, untuk menjelaskan hasil observasi dan wawancara mengenai strategi pemasaran, operasional, dan pengelolaan usaha.
- c. Analisis Kelayakan Bisnis, dengan meninjau dari aspek pasar, teknis, keuangan, dan manajerial untuk mengetahui sejauh mana usaha ini dapat dijalankan secara berkelanjutan dan menguntungkan.

### G. Teori

#### 1. Produksi

Teori produksi merupakan salah satu konsep dasar dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan atau pelaku usaha mengkombinasikan berbagai faktor produksi untuk menghasilkan output berupa barang atau jasa. Produksi tidak hanya berkaitan dengan proses fisik pembuatan barang, tetapi juga mencakup efisiensi, teknologi, serta pengelolaan sumber daya yang optimal.

Menurut (Mankiw, 2021), produksi adalah proses transformasi input seperti tenaga kerja, modal, dan bahan baku menjadi output yang memiliki nilai tambah. Dalam konteks ini, perusahaan harus mampu menentukan kombinasi input yang efisien untuk memaksimalkan keuntungan. Hal ini sejalan dengan

pandangan (Pindyck dan Rubinfeld, 2018) yang menyatakan bahwa teori produksi berfokus pada hubungan teknis antara input dan output yang digambarkan melalui fungsi produksi.

Fungsi produksi sendiri merupakan representasi matematis yang menunjukkan jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dari kombinasi input tertentu dalam suatu periode waktu (Varian, 2019). Dengan adanya fungsi produksi, pelaku usaha dapat menganalisis tingkat efisiensi serta menentukan skala produksi yang optimal. (Nicholson dan Snyder, 2017) menambahkan bahwa analisis produksi juga melibatkan konsep biaya produksi, produktivitas marginal, dan skala hasil (returns to scale).

Dalam praktiknya, kegiatan produksi dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan teknologi. (Umam dan Harahap, 2022) menjelaskan bahwa dalam perspektif ekonomi modern, faktor produksi tidak hanya dilihat dari aspek kuantitas, tetapi juga kualitas serta nilai etika dalam penggunaannya. Dalam ekonomi Islam, produksi juga harus memperhatikan prinsip keadilan, keberlanjutan, dan keberkahan, sehingga tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan (Mannan, 2019).

Selain itu, perkembangan industri menunjukkan bahwa efisiensi produksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing. (Nurhayani, 2022) menyatakan bahwa sektor industri manufaktur di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola kapasitas produksi dan faktor-faktor produksi secara efektif. Faktor makroekonomi seperti inflasi, nilai tukar,

dan jumlah uang beredar juga turut memengaruhi kinerja produksi, khususnya dalam sektor industri (Amri, 2022).

Dalam upaya meningkatkan efisiensi produksi, pendekatan manajemen seperti Theory of Constraints (TOC) dapat diterapkan. TOC menekankan pada identifikasi dan pengelolaan kendala (constraints) dalam proses produksi untuk meningkatkan throughput dan laba perusahaan. (Ghina Hamidah dan Hastuti 2025) menunjukkan bahwa penerapan TOC pada UMKM mampu meningkatkan kapasitas produksi serta profitabilitas secara signifikan. Hal ini didukung oleh penelitian (Ikhwana et al, 2024) yang menyatakan bahwa perencanaan kapasitas produksi dengan metode TOC dapat membantu perusahaan mengoptimalkan sumber daya yang terbatas.

Dengan demikian, teori produksi tidak hanya memberikan dasar konseptual mengenai proses penciptaan output, tetapi juga menjadi landasan dalam pengambilan keputusan manajerial, khususnya dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan keuntungan usaha. Dalam konteks penelitian ini, teori produksi relevan untuk menganalisis bagaimana pedagang frozen ikan tuna mengelola proses produksi dan sistem informasi akuntansi guna meningkatkan kinerja usaha.

## 2. Konsumsi

Teori konsumsi merupakan konsep dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan perilaku individu atau rumah tangga dalam menggunakan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Konsumsi mencerminkan bagaimana

seseorang membuat keputusan dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas guna memperoleh kepuasan atau utilitas maksimal.

Menurut (Mankiw, 2021), konsumsi adalah pengeluaran rumah tangga untuk barang dan jasa yang bertujuan memenuhi kebutuhan hidup. Dalam teori ekonomi mikro, keputusan konsumsi dipengaruhi oleh preferensi, pendapatan, dan harga barang. Hal ini sejalan dengan pendapat (Pindyck dan Rubinfeld, 2018) yang menyatakan bahwa konsumen akan memilih kombinasi barang yang memberikan tingkat utilitas tertinggi dengan keterbatasan anggaran yang dimiliki. Sementara itu, Varian (2019) menegaskan bahwa perilaku konsumsi dapat dianalisis melalui pendekatan fungsi utilitas dan garis anggaran (budget constraint).

Dalam perspektif makroekonomi, konsumsi merupakan komponen utama dalam pendapatan nasional. (Blanchard, 2021) menjelaskan bahwa tingkat konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan disposabel, tingkat bunga, serta ekspektasi masa depan. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kecenderungan untuk mengkonsumsi juga meningkat, meskipun tidak selalu dalam proporsi yang sama.

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat terus mengalami perubahan seiring perkembangan ekonomi dan teknologi. (Akhmadi dan Engkur, 2026) menyatakan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh faktor digitalisasi, gaya hidup, dan tingkat pendapatan. Selain itu, penggunaan teknologi keuangan seperti e-wallet

juga terbukti memengaruhi daya beli masyarakat serta meningkatkan kecenderungan konsumsi (Damayanti et al., 2026).

Faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi rumah tangga meliputi pendapatan, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, serta harga barang dan jasa. (Komalawati et al, 2021) menjelaskan bahwa pendapatan merupakan faktor dominan yang menentukan tingkat konsumsi, di mana peningkatan pendapatan akan mendorong peningkatan pengeluaran konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi memiliki hubungan yang erat dengan kondisi ekonomi individu maupun makroekonomi.

Dalam perspektif ekonomi Islam, teori konsumsi tidak hanya berorientasi pada kepuasan materi, tetapi juga mempertimbangkan aspek moral dan spiritual. (Zakiah, 2022) menyatakan bahwa konsumsi dalam Islam harus berlandaskan prinsip halal, thayyib, serta tidak berlebihan (israf). Konsumen dianjurkan untuk bersikap moderat dan menghindari pemborosan dalam memenuhi kebutuhan.

Lebih lanjut, (Atika Rizki et al, 2023) menjelaskan bahwa teori konsumsi Islami menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan sosial, di mana konsumsi tidak hanya untuk kepuasan pribadi tetapi juga harus memberikan manfaat bagi masyarakat. (Kahf, 2019) menambahkan bahwa dalam ekonomi Islam, tujuan konsumsi adalah mencapai kesejahteraan (falah) yang mencakup aspek dunia dan akhirat, sehingga perilaku konsumsi harus sesuai dengan nilai-nilai syariah.

### 3. Distribusi

Teori distribusi dalam ilmu ekonomi membahas bagaimana hasil produksi berupa barang dan jasa disalurkan dari produsen kepada konsumen, serta bagaimana pendapatan didistribusikan kepada faktor-faktor produksi. Distribusi menjadi bagian penting dalam kegiatan ekonomi karena menentukan ketersediaan barang di pasar dan akses masyarakat terhadap produk.

Menurut (Mankiw, 2021), distribusi tidak hanya berkaitan dengan penyaluran barang, tetapi juga mencakup bagaimana pendapatan dibagikan kepada tenaga kerja, pemilik modal, dan pelaku usaha. Hal ini diperkuat oleh (Pindyck dan Rubinfeld, 2018) yang menyatakan bahwa distribusi berhubungan erat dengan mekanisme pasar, khususnya melalui interaksi permintaan dan penawaran yang menentukan harga serta alokasi sumber daya. Varian (2019) menambahkan bahwa distribusi juga mencerminkan efisiensi pasar dalam mengalokasikan barang kepada konsumen yang memiliki preferensi dan kemampuan membeli.

Dalam perspektif makroekonomi, distribusi memiliki peran strategis dalam menjaga keseimbangan ekonomi. (Blanchard, 2021) menjelaskan bahwa distribusi pendapatan yang tidak merata dapat memengaruhi tingkat konsumsi dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Oleh karena itu, sistem distribusi yang efektif dan adil menjadi faktor penting dalam menciptakan stabilitas ekonomi.

Seiring perkembangan zaman, sistem distribusi mengalami transformasi, terutama dengan adanya digitalisasi. (Maryadi et al, 2025) menjelaskan bahwa

perusahaan mulai mengadopsi strategi distribusi berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar, khususnya pada era pasca-pandemi. Perubahan ini mencakup penggunaan platform digital, sistem logistik modern, serta integrasi rantai pasok yang lebih efektif.

Selain itu, pola distribusi juga dapat dikembangkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional. (Sukarno et al, 2022) menyatakan bahwa model distribusi yang terstruktur dan terintegrasi mampu meningkatkan daya saing produk, khususnya dalam industri kreatif dan kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi tidak hanya berfungsi sebagai penyaluran barang, tetapi juga sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan nilai tambah.

Dalam perspektif ekonomi syariah, distribusi memiliki dimensi yang lebih luas karena tidak hanya berorientasi pada efisiensi, tetapi juga keadilan. (Habibi, 2022) menjelaskan bahwa distribusi dalam ekonomi Islam harus memastikan pemerataan kesejahteraan serta menghindari penumpukan kekayaan pada kelompok tertentu. Prinsip ini sejalan dengan pandangan Chapra (2016) yang menekankan bahwa distribusi harus mendukung terciptanya keadilan sosial dan keseimbangan ekonomi.

Salah satu instrumen distribusi dalam ekonomi Islam adalah zakat, yang berfungsi untuk mendistribusikan kekayaan kepada masyarakat yang membutuhkan. (Kamaluddin, 2025) menyatakan bahwa pengelolaan zakat yang optimal dapat mendorong pemberdayaan UMKM serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi dalam Islam tidak hanya bersifat komersial, tetapi juga sosial.

#### 4. Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, mencatat, mengolah, dan menyajikan informasi keuangan guna mendukung pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. SIA berperan penting dalam memastikan bahwa informasi yang dihasilkan relevan, akurat, dan tepat waktu bagi pihak internal maupun eksternal.

Menurut (Romney dan Steinbart, 2021), SIA adalah kombinasi dari sumber daya manusia, prosedur, dan teknologi informasi yang digunakan untuk mengubah data transaksi menjadi informasi yang berguna. Hal ini sejalan dengan pendapat Hall (2021) yang menyatakan bahwa SIA tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan, tetapi juga sebagai sarana pengendalian dan pengawasan aktivitas keuangan perusahaan. Sementara itu, (Gelinis et al, 2018) menekankan bahwa SIA harus mampu menghasilkan informasi yang berkualitas guna mendukung efisiensi operasional dan efektivitas manajemen.

Dalam konteks sistem informasi yang lebih luas, (Laudon dan Laudon, 2022) menjelaskan bahwa sistem informasi, termasuk SIA, terdiri dari komponen utama seperti perangkat keras, perangkat lunak, basis data, prosedur, dan manusia yang saling terintegrasi. (Susanto, 2017) juga menambahkan bahwa keberhasilan implementasi SIA sangat dipengaruhi oleh struktur pengendalian internal serta manajemen risiko yang baik.

Penerapan SIA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas laporan keuangan. Penelitian (Agustin dan Wardatul Afiqoh, 2025) menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi yang baik, didukung oleh

pengendalian internal yang efektif, mampu meningkatkan keandalan laporan keuangan. Hal ini diperkuat oleh (Panjaitan et al, 2024) yang menyatakan bahwa integrasi antara SIA dan sistem pengendalian internal berkontribusi terhadap peningkatan kualitas informasi akuntansi yang dihasilkan.

Selain itu, SIA juga berperan dalam meningkatkan efisiensi biaya operasional. (Yafizham et al, 2025) menemukan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi pada proses penjualan dapat membantu perusahaan dalam mengendalikan biaya serta meningkatkan efisiensi operasional. (Inapty et al, 2025) menambahkan bahwa penggunaan SIA yang optimal, bersama dengan pengendalian internal yang baik, dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan secara signifikan.

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi turut mendorong transformasi SIA, khususnya melalui penerapan sistem berbasis cloud. (Saputra et al, 2025) menjelaskan bahwa SIA berbasis cloud memberikan kemudahan akses data secara real-time serta meningkatkan fleksibilitas dalam pengelolaan informasi keuangan. Namun demikian, implementasi sistem ini juga menghadapi berbagai tantangan seperti keamanan data, kesiapan sumber daya manusia, serta infrastruktur teknologi.

## 5. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk menilai apakah suatu usaha layak untuk dijalankan atau dikembangkan. Kajian ini mencakup berbagai aspek yang bertujuan untuk meminimalkan risiko serta

memastikan bahwa usaha yang dijalankan dapat memberikan keuntungan secara berkelanjutan.

Menurut (Kasmir dan Jakfar, 2020), studi kelayakan bisnis adalah proses evaluasi yang sistematis terhadap suatu rencana usaha dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti pasar, teknis, manajemen, hukum, dan keuangan. Hal ini sejalan dengan (Umar, 2019) yang menyatakan bahwa studi kelayakan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan apakah suatu proyek layak diterima, ditunda, atau ditolak. Suliyanto (2018) juga menegaskan bahwa analisis kelayakan bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian dalam menjalankan bisnis.

Dalam praktiknya, studi kelayakan bisnis melibatkan beberapa aspek utama. Aspek pasar dan pemasaran berfokus pada analisis permintaan, persaingan, serta potensi pasar. Aspek teknis dan operasional berkaitan dengan lokasi usaha, teknologi yang digunakan, serta proses produksi. Aspek manajemen menilai kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan usaha, sedangkan aspek keuangan menilai kemampuan usaha dalam menghasilkan laba dan mengelola arus kas (Hisrich et al., 2020; Scarborough & Cornwall, 2021).

Penelitian empiris menunjukkan bahwa aspek keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kelayakan suatu usaha. (Fadhil Musyafa et al, 2025) menyatakan bahwa analisis keuangan seperti investasi awal, arus kas, dan tingkat pengembalian menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan bisnis, khususnya pada start-up di era digital. Selain itu,

Adi (Wijaya dan Suseno, 2025) menemukan bahwa studi kelayakan yang dilakukan secara menyeluruh dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan profitabilitas.

Aspek teknis dan operasional juga menjadi faktor penting dalam studi kelayakan bisnis. (Savana et al, 2024) menjelaskan bahwa kesiapan teknologi, kapasitas produksi, serta efisiensi operasional sangat memengaruhi keberhasilan usaha. Hal ini didukung oleh (Pasaribu, 2020) yang menunjukkan bahwa kelayakan usaha tidak hanya ditentukan oleh potensi pasar, tetapi juga oleh kemampuan operasional dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Selain itu, studi kelayakan bisnis juga dapat diterapkan pada berbagai jenis usaha, baik industri manufaktur maupun jasa. (Yusriansyah dan Santoso, 2020) menyatakan bahwa analisis kelayakan pada usaha berbasis teknologi, seperti software, memerlukan pendekatan yang komprehensif untuk menilai aspek teknis dan finansial secara bersamaan.

#### 6. Analisa Laporan Keuangan

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses analisis yang bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha layak untuk dijalankan atau dikembangkan, terutama dari sisi manfaat ekonomi dan risiko yang mungkin dihadapi. Salah satu aspek yang paling penting dalam studi kelayakan bisnis adalah aspek keuangan, karena berkaitan langsung dengan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dan menjaga keberlangsungan operasional.

Menurut (Kasmir, 2021), analisis laporan keuangan merupakan alat utama dalam menilai kondisi keuangan suatu perusahaan melalui data yang tersaji

dalam laporan keuangan. Analisis ini membantu dalam memahami posisi keuangan, kinerja, serta potensi keuntungan usaha. Hal ini sejalan dengan (Subramanyam, 2019) yang menyatakan bahwa analisis laporan keuangan digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan serta mendukung pengambilan keputusan ekonomi.

Dalam studi kelayakan bisnis, analisis keuangan biasanya dilakukan melalui berbagai metode seperti analisis rasio, analisis tren (horizontal), dan analisis struktur (vertikal). (Gibson, 2020) menjelaskan bahwa analisis rasio keuangan dapat memberikan gambaran mengenai likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas perusahaan. Sementara itu, (Palepu et al, 2020) menekankan bahwa analisis keuangan juga penting untuk menilai nilai perusahaan serta prospek pertumbuhan di masa depan.

Secara empiris, penggunaan analisis laporan keuangan terbukti efektif dalam menilai kinerja perusahaan. (Syahida et al, 2026) menunjukkan bahwa analisis vertikal dan horizontal dapat memberikan gambaran perubahan kinerja keuangan dari waktu ke waktu. Hal ini didukung oleh (Khalnaya dan Jannah, 2024) yang menyatakan bahwa analisis rasio keuangan mampu mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya.

Selain itu, (Jannah dan Hulu, 2025) menjelaskan bahwa analisis laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat evaluasi untuk menilai keberhasilan operasional perusahaan dalam periode tertentu. (Rahima, 2024) juga menambahkan bahwa analisis keuangan membantu dalam mengidentifikasi

kekuatan dan kelemahan perusahaan sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis. (Firdaus dan Wibowo, 2025) menegaskan bahwa kinerja keuangan yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya.

Dengan demikian, dalam konteks studi kelayakan bisnis, aspek keuangan memiliki peran penting dalam menentukan apakah suatu usaha layak dijalankan. Analisis laporan keuangan menjadi alat yang digunakan untuk menilai kinerja, efisiensi, serta potensi keuntungan usaha. Dalam penelitian ini, aspek keuangan digunakan untuk mengevaluasi kelayakan penerapan sistem informasi akuntansi pada pedagang frozen ikan tuna, khususnya dalam meningkatkan kualitas laporan keuangan dan efisiensi pengelolaan usaha.

