



Analisis pemasaran hasil tangkapan jaring insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara

Marketing analysis of gill net catching in Linsowu Village, Kulisusu District, North Buton Regency

Ardin¹, *Budiyanto², Abdullah³, Irdam Riani¹, Desi Sriwulan¹

¹ Jurusan Agribisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo Kendari, Indonesia

² Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo Kendari, Indonesia

³ Jurusan Perikanan Tangkap, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo Kendari, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 Maret 2023

Received in revised form

10 May 2023

Accepted 11 May 2023

Available online 30 May 2023

Keywords:

Linsowu Village; marketing channels; marketing margin; marketing efficiency

Desa Linsowu; saluran pemasaran; margin pemasaran; efisiensi pemasaran

ABSTRACT

This research objectives are (a) to know the marketing channels of gill net catches. (b) knowing the marketing margin of gill net catch. (c) knowing the marketing efficiency of gill net catches. The population in this study were 10 fisherman with gill nets, while the sample was taken using the snowball sampling methods on 5 fisherman who were marketing actors. Data obtained through observation, interviews and documentation. The data analysis used is (1) quantitative descriptive analysis, (2) margin analysis and (3) marketing efficiency analysis. The results showed that: (1) the fish marketing channel in Linsowu Village there are 2 marketing channels, channel I fisherman – consumers, channel II fisherman - diluent traders - consumers. (2) The marketing margin of the gill net catch is in channel II of IDR.5000. (3) Efficiency of marketing channels for gill net catches is 75% and 100% (criteria > 50 efficient).

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah (a) mengetahui saluran pemasaran hasil tangkapan jaring insang. (b) mengetahui margin pemasaran hasil tangkapan jaring insang. (c) mengetahui efisiensi pemasaran hasil tangkapan jaring insang. Populasi dalam penelitian ini adalah 10 orang nelayan jaring insang sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode *Snowball Sampling* terhadap 5 orang nelayan pelaku pemasaran. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah (1) Analisis deskriptif kuantitatif, (2) Analisis margin dan (3) analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) saluran pemasaran ikan di Desa Linsowu terdapat 2 saluran pemasaran yaitu saluran I nelayan – konsumen, saluran II nelayan - pedagang pengecer - konsumen. (2) Margin pemasaran hasil tangkapan jaring insang terdapat pada saluran II sebesar Rp5000. (3) Efisiensi saluran pemasaran hasil tangkapan jaring insang sebesar 75% dan 100% (kriteria > 50 efisien).

Corresponding author:

*Email: budiyanto@uho.ac.id

Doi: <http://dx.doi.org/10.33772/jsep.v8i2>

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki perairan yang luas yang meliputi perairan tawar, perairan payau dan perairan asin (laut). Indonesia memiliki luas wilayah perikanan sebanyak 5,8 juta km². Dengan luas wilayah perikanan yang mencapai 5,8 juta km² tentu memiliki potensi yang sangat besar di bidang perikanan.

Perikanan merupakan kegiatan yang terorganisir yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan serta lingkungannya, mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan, sampai dengan distribusi atau pemasaran yang dilaksanakan dalam suatu bisnis perikanan. (Aulya, dkk., 2019). Jaring insang adalah salah satu jenis alat penangkapan ikan dari bahan jaring yang bentuknya empat persegi panjang dimana mata jaring dari bagian jaring utama ukurannya sama (Martasuganda, 2008).

Kabupaten Buton Utara adalah salah satu daerah yang berada di Sulawesi Tenggara. Sumber daya perikanan yang ada di Buton Utara di manfaat oleh beberapa bentuk sebagian besar di manfaatkan sebagai area usaha penangkapan. dan kegiatan pemasaran Salah satu alat tangkapan yang digunakan adalah alat tangkap jaring insang. Desa Linsowu merupakan salah satu desa yang berada di Buton Utara yang menggunakan alat tangkap jaring insang untuk menangkap ikan. Kemudian ikan hasil tangkapan di pasarkan di pasarkan di pasar Mina-Minanga.

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. 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, yaitu ikan laut segar, dari produsen ke konsumen akhir.

Panjang pendeknya saluran pemasaran tidak dapat digunakan sebagai ukuran untuk menentukan efisien atau tidaknya suatu sistem pemasaran. Tingginya margin pemasaran dan besarnya biaya pemasaran sering digunakan sebagai indikator tidak efisiennya suatu sistem pemasaran. Tetapi, hal ini tidaklah selalu tepat. Walaupun margin pemasaran suatu komoditi itu rendah, bukan berarti sudah tercapai efisiensi pemasaran. Demikian juga dengan biaya pemasaran. Rendahnya biaya pemasaran tidak dapat digunakan sebagai indikator terjadinya efisiensi pemasaran. Untuk komoditi perikanan, indikator yang digunakan untuk mengetahui efisiensi suatu sistem pemasaran adalah dengan membandingkan bagian yang diterima nelayan (*farmer's share*) dalam suatu saluran pemasaran. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui tentang Analisis Pemasaran Hasil Tangkapan Jaring Insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui saluran pemasaran hasil tangkapan jaring insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara, Untuk mengetahui margin pemasaran hasil tangkapan jaring insang pada masing-masing saluran pemasaran. Mengetahui efisiensi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di laksanakan di bulan Juli 2022 yang bertempat di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara. penentuan lokasi Penelitian ini di tentukan secara sengaja karena salah satu daerah penangkapan dengan menggunakan alat tangkap jaring insang. Populasi penelitian ini adalah nelayan jaring insang yang berjumlah 10 orang dan pelaku pemasaran ikan. Metode pengambilan sampel nelayan dilakukan secara sensus sedangkan pengambilan sampel pelaku pemasaran menggunakan snowball sampling yang berjumlah 5 orang.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Data yang diamati meliputi: volume pemasaran, biaya pemasaran yang meliputi biaya pendinginan, ritribusi, biaya transportasi, harga jual dan harga beli. Analisis data yang di gunakan penelitian ini adalah analisis Saluran Pemasaran dimana data yang di peroleh akan memberikan gambaran fenomena saluran, Margin pemasaran (Apriono, 2012) adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima nelayan dengan rumus

$$M = Pr - Pf \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

M : Margin pemasaran

Pr : Harga di tingkat konsumen

Pf : Harga di tingkat Nelayan

Analisis farmer's Share telah di lakukan dalam penelitian sebelumnya untuk melihat bagian yang didapatkan oleh nelayan di antaranya pada pelitian (Pambudi, 2017) dan (Asmirun dkk 2019) dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Fs = \frac{pf}{pc} \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan: :

Fs : Farmer's Share

Pf : Harga Jual pada Tingkat Nelayan

Pc : Harga Beli pada Tingkat

Konsumen %

Kriteria : Eps >50% efisien

Kriteria : Eps <50% Tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran pemasaran merupakan serangkaian dari beberapa organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produksi atau jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi dimana sepanjang rantai tersebut terjadi penambahan nilai produk.

Ada beberapa lembaga pemasaran yang terlihat dalam pemasaran hasil tangkapan jaring insang dari nelayan ke konsumen di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara terdapat 2 saluran pemasaran adalah sebagai berikut:

Saluran I : Nelayan → Konsumen

Saluran II : Nelayan → Pedagang Pengecer → Konsumen

Berdasarkan kedua saluran pemasaran dapat terlihat bahwa produsen, pedagang pengecer memiliki lokasi yang berbedabeda yaitu saluran pemasaran panjang dan saluran pemasaran pendek sebagai berikut :

- a. Produsen menjual langsung kepada konsumen tanpa melibatkan lembaga pemasaran.
- b. Produsen menjual kepada pedagang pengecer dan kemudian disalurkan kepada konsumen.

Dengan demikian sesuai pendapat Swastha dan Irawan (2007), yang menyatakan bahwa produsen dalam mendistribusikan barang atau produksinya hampir selalu menggunakan pedagang perantara sebagai penyalur. Penyalur ini bertindak dalam posisi antara produsen dan konsumen.

Biaya pemasaran adalah biaya yang di keluarkan pelaku pemasaran dalam menstribusikan ikan. proses pemasaran. Biaya pemasaran hasil tangkapan jaring insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara dapat dilihat Tabel 1 yaitu:

Tabel 1. Penggunaan Biaya Pada Saluran Pemasaran I dan II

No	Saluran Pemasaran I	Rata-Rata Volume Jual/Beli (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Nilai Total (Rp/Kg)
1	saluran pemasaran				
	a. Nelayan	24,4		15.000	
	b. Konsumen Akhir		15.000		
2	Saluran pemasaran II				
	a. Peagang Pengecer	61	15.000	20.000	
	b. Jenis Biaya				
	Biaya Transportasi				1981
	Biaya pendinginan (Es Batu)				1053
	Biaya Retribusi				258
	Total				3.292

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa biaya pemasaran tertinggi yang di keluarkan adalah biaya pemasaran saluran II yaitu sebesar Rp3.292 sedangkan saluran pemasaran I karna tidak memiliki biaya pemasaran karena langsung menjual kekonsumen akhir. Hal ini sesuai pendapat Assauri (2002), yang

menyatakan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran meliputi biaya transportasi, pengemasan, tenaga kerja, dan biaya komsumsi. Jenis ikan hasil tangkapan nelayan jaring insang di desa linsowu adalah Baronang. Kemudian ikan di pasarkan dengan harga Rp15.000/Kg dengan penelitian yang di lakukan Nurawati dkk (2021). Tentang Pendapatan dan Produktivitas Nelayan Tangkap Jaring Insang (Gillnet) Di Kecamatan Tomia Kabupaten Wakatobi dengan jenis ikan baronang di jual dengan harga Rp20.000/Kg.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang terjadi di tingkat produsen (harga jual dari nelayan) dengan harga di tingkat konsumen (harga beli) di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara dapat di lihat tabel 2 yaitu:

Tabel 2. Margin Pemasaran Ikan Baronang Hasil Tangkapan Jaring Insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara

No	Urain	Rata-Rata Volume Jual/Beli (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Saluran Pemasaran I	24,4	0	15.000	0
2	Saluran Pemasaran II	61	15.000	20.000	5.000

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa margin pemasaran tangkapan jaring insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara sebesar Rp5.000. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hapsari (2014) margin pemasaran dipengaruhi oleh volume produksi, harga per kilogram, biaya pemasaran, serta musim. Margin Rp5.000/Kg terdiri atas modal dan keuntungan. Modal per kilogram sebesar Rp3.292/Kg sehingga keuntungan perkilogram sebesar Rp1.708/Kg.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah suatu persentase yang sangat penting antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan, pemasaran tidak akan efisien jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. efisiensi pemasaran hasil tangkapan jaring insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara dapat dilihat Tabel 3 yaitu:

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Ikan Baronang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara

No	Saluran Pemasaran	Saluran I	Saluran II
1	Harga Konsumen Akhir (Rp/Kg)	15.000	20.000
2	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	0	5.000
3	Farmer's Share (%)	100	75%

Sumber: Data primer setelah diolah, 2022

Efisiensi pemasaran adalah tujuan akhir yang akan dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan keuntungan kepada tiap pihak pihak yang terlibat didalamnya. Proses pemasaran dimana produk dari nelayan dialirkan ke konsumen membutuhkan suatu biaya yang

dinamakan biaya pemasaran. Saluran pemasaran yang semakin panjang mengakibatkan semakin besar harga produk yang harus dibayar oleh konsumen.

Panjangnya saluran pemasaran pada ikan di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara juga berpengaruh terhadap harga yang harus ditanggung konsumen akan semakin tinggi. Menurut Nikoyan dan Yusran (2020), rantai pemasaran yang panjang mengakibatkan konsumen harus menerima harga di pasaran yang cukup tinggi, khususnya konsumen yang berdomisili di luar wilayah asal ikan tersebut. Selain itu juga laju inflasi pada harga komoditas juga akan meningkat. Analisis Farmer's Share dapat digunakan untuk menunjukkan presentase dari harga yang diterima oleh nelayan dibandingkan dengan harga yang harus dikeluarkan oleh konsumen tingkat akhir. Menurut Bambang (2018), margin pemasaran yang tinggi biasanya digunakan sebagai indikator dari tidak efisiennya sistem pemasaran. Meskipun hal ini tidak selalu benar. Dengan membandingkan farmer's share pada tiap saluran pemasaran, efisiensi sistem pemasaran untuk komoditas perikanan dapat ditentukan.

Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari nelayan produsen kepada konsumen dengan biaya semurahmurahnya, dan mampu mengadakan pembagian yang adil bagi seluruh harga yang dibayarkan oleh konsumen terakhir dalam kegiatan produksi. Diketahui efisiensi pemasaran memiliki saluran pemasaran (satu dan dua). Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat efisiensi pemasaran ikan hasil tangkapan jaring di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara masuk dalam kategori efisien karena tingkat farmer's share pada saluran II 75% dan untuk saluran I mencapai 100% merupakan tingkat saluran tertinggi dari kedua saluran pemasaran tersebut. Hal ini dapat dikatakan saluran pemasaran ikan hasil tangkapan jaring insang di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara efisien karena sesuai kriteria lebih dari 50% dikatakan efisien dan kurang dari 50% tidak efisien. Hal ini sesuai pendapat Sudiyono (2004) pemasaran dianggap efisien secara ekonomis adalah tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah dan nilai farmer's share tinggi yakni > 50%, maka pemasaran dikatakan efisien.

Hal ini sesuai dengan Nuriati 2018 melakukan penelitian Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran ikan tongkol di Desa Seraya Timur Tahun 2017 yaitu, pola saluran pertama dari nelayan ke pedagang pengecer kemudian konsumen, kedua dari nelayan ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer kemudian konsumen, dan ketiga dari nelayan ke pedagang pengumpul kemudian pedagang besar (luar daerah). Pola saluran pemasaran I jumlah margin sebesar Rp5.000,00/kg dan farmer share 75,00%, pola saluran II memiliki jumlah margin sebesar Rp11.000/kg dan farmer share sebesar 57,69%, pola saluran III memiliki jumlah margin sebesar Rp8.000/kg dan untuk farmer share sebesar 65,21%.

SIMPULAN

Saluran pemasaran ikan di Desa Linsowu Kecamatan Kulisusu Kabupaten Buton Utara terdapat 2 saluran pemasaran meliputi : nelayan ke konsumen dan nelayan, Pedagang pengencer ke konsumen. margin pemasaran ikan terdapat 1 margin pemasaran sebesar Rp5.000 dialokasikan untuk biaya pemasaran dan keuntungan. Efisiensi saluran pemasaran hasil tangkapan jaring insang sebesar 75% dan 100%. Sehingga dapat dikatakan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriono, D, E, Dolorosa dan Imelda. (2012). Analisis efisiensi saluran pemasaran ikan lele di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Jaya Kabupaten Kubu Jaya. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* Vol.1, (3): 29-36.
- Asmirun, L, Budiyanto dan Riani. I. (2019). Efisiensi pemasaran ikan demersal di Kecamatan Rumbia Tengah Kabupaten Bombana. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan FPIK UHO*. Vol 4(4):311-323.
- Assauri, S. (2002). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Aulya N. Yusuf S dan Riani I. (2019). Analisis saluran pemasaran ikan asap (studi kasus kios nur Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari). *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan FPIK UHO*. Vol 4 (1) : 57-63.
- Bambang A.N., (2018). Fish marketing of ribbon fish (*Trichiurus* sp.) in Nusantara Fishing Port (NFP) at Palabuhanratu, West Java. *E3S Web of Conferences*, ICENIS. 31:1-5.
- Hapsari TD. (2014). Distribusi dan margin pemasaran hasil tangkapan ikan tongkol (*Euthynnus affinis*) di TPI Ujung Batu Jepara. *Aquasains*. 2(2): 131-138.
- Martasuganda, S. (2002). Teknologi. Penangkapan Jaring Insang. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Nikoyan, A., dan Yusran. (2020). Analisis saluran, margin dan efisiensi pemasaran komoditas PERIKANAN DI Kota Baubau, Prosiding Seminar Nasional Pangan dan Perkebunan, Kendari, 12 Maret 2018.
- Nuriati, N.K. (2018). Analisis efisiensi saluran pemasaran ikan tongkol hasil tangkapan nelayan di desa seraya timur kecamatan karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol 10(2): 512-522.
- Nurmawati, Budiyanto dan I. Riani. (2021). Pendapatan dan produktivitas nelayan tangkap jaring insang (Gillnet) Di Kecamatan Tomia Kabupaten Wakatobi. *Jurnal Bisnis Perikanan FPIK UHO*. Vol 5(1):50-59.
- Pambudi, K.S., Elfitasari, T., dan Basuki, F. (2017). Analisis efisiensi pemasaran ikan arwana (*Osteoglossum bichirrosom*) di Provinsi Jawa Tengah (Magelang, Ungaran, Semarang), *Journal of Aquaculture Management and Technology*, 6(3):141-149.
- Rosdiana, A., P. Rosyida dan L. Alimudin, (2011). Analisis pendapatan nelayan dan sistem pemasaran ikan berdasarkan musim dan alat tangkap di Kota Palu.
- Sudiyono, A. (2004). Pemasaran Pertanian, Edisi Kedua. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.CV. Bandung.
- Swastha dan Irawan. (2007). Pengantar bisnis modern pengantar ekonomi perusahaan modern. Penerbit Liberty. Jogjakarta.