

**ANALISIS PEMASARAN DAN PENDAPATAN NELAYAN JARING INSANG (Gill Net)
DI DESA REBAQ RINDING KECAMATAN MUARA MUNTAI
KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA**

***The Analysis of Marketing and Income of Gillnet Fishers in Rebaq Rinding Village,
Muara Muntai Sub-District, Kutai Kartanegara District.***

AL Hamdani¹⁾, H.Helminuddin²⁾ dan Said Abdusysyahid²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

²⁾Staf Pengajar Jurusan Sosek Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

Jl. Gn. Tabur, Gedung FPIK, Kampus Gn Kelua Samarinda

email: alhamdhani378@gmail.com

ABSTRACT

The research aims to 1) analyze marketing margins, marketing efficiency and farmer's share of gillnet fishing businesses in Rebaq Rinding Village; 2) analyze the income of the fishers who use gillnet method in Rebaq Rinding Village.

The sample method used is the purposive sampling method for the respondent of gillnet fishers and snowball sampling method for the respondent of the fish collectors. Data analysis methods used are marketing margin analysis, marketing efficiency, farmer's share and fishermen's income analysis.

The results of the study showed that the marketing margin at the one-level marketing channel for snakehead murrel fish is Rp. 10,000/Kg, sucker barb fish Rp. 8,500/Kg, glass fish Rp. 11,000/kg, kissing gourami fish Rp. 12,000/Kg. The two-level marketing channel for snakehead murrel fish is Rp. 30,000/Kg, sucker barb fish Rp. 11,000/kg, glass fish Rp. 11,500/Kg, kissing gourami fish Rp. 21,000/Kg, with a total margin on one level marketing channel of Rp. 41,500/Kg and a two-level marketing channel of Rp. 73,500/Kg. More efficient marketing is on the one level marketing channel for snakehead murrel fish of 54.5%, sucker barb fish 29.2%, glass fish 26.7%, kissing gourami fish 29.4%. Farmer's share is obtained from the results of analysis found in the two-tier marketing channel for snakehead murrel fish of 25%, sucker barb fish 21.4%, glass fish 23.3%, kissing gourami fish 16%. The income of gillnet fishers in Rebaq Rinding Village with an average value of Rp. 3,003,216/month.

Keyword(s): Margin, Efficiency, Farmer's Share, Income, Gillnet

PENDAHULUAN

Kabupaten Kutai Kartanegara memiliki luas wilayah 27.263,10 Km² terletak antara 115°26' Bujur Timur dan 117°36' Bujur Timur serta di antara 1°28' Lintang Utara dan 1°08' Lintang Selatan. Memiliki belasan sungai yang merupakan sarana angkutan utama selain angkutan darat, terdapat juga satu sungai yang panjangnya 920 Km yakni Sungai Mahakam. Dengan adanya perkembangan dan pemekaran wilayah, Kabupaten Kutai Kartanegara dibagi menjadi 18 Kecamatan, yaitu Kecamatan Samboja, Muara Jawa, Sanga-Sanga, Loa

Janan, Loa Kulu, , Muara Wis, Kota Bangun, Tenggaraong, Sebulu, Tenggaraong Seberang, Anggana, Muara Badak, Marang Kayu, Muara Kaman, Kenohan, Kembang Janggut, Tabang dan Muara Muntai (Badan Statistik Kabupaten Kutai Kartanegara, 2016).

Kecamatan Muara Muntai terletak di daerah khatilistiwa dan berada pada posisi antara 116°31'-116°35 ' Bujur Timur dan 0° 18 ' - 0° 45 ' Lintang Selatan dengan luas wilayah 928,60 Km². Secara administratif batas wilayah sebagai berikut : Sebelah Utara Kabupaten Kutai Barat, Sebelah Timur Kecamatan Muara Wis dan Kecamatan Kota Bangun, Sebelah Selatan Kecamatan Loa Kulu, Sebelah Barat Kabupaten Kutai Barat (Badan Pusat Statistik Kecamatan Muara Muntai, 2016). Wilayah Kecamatan Muara Muntai terdiri dari 13 desa, yaitu : Desa Perian, Muara Leka, Muara Aloh, Jantur, Batuq, Muara Muntai Ulu, Muara Muntai Ilir, Kayu Batu, Jantur Selatan, Tanjung Batuq Harapan, Pulau Harapan, Jantur Baru dan Rebaq Rinding.

Desa Rebaq Rinding memiliki luas 10,65 Km² dengan jumlah penduduknya 1.013 jiwa laki-laki 524 jiwa dan perempuan 489 jiwa. Mata pencarian masyarakat Desa Rebaq Rinding yang umumnya adalah nelayan tangkap sebanyak 104 orang. Desa Rebaq Rinding memiliki potensi dalam bidang perikanan tangkapnya yaitu dengan keberadaan 3 danau, diantaranya danau Perian dengan luas 134 Ha, danau Tanjung Sepatung dengan luas 276 Ha, dan danau Batu Bumbun dengan luas 63 Ha (Profil Desa Rebaq Rinding, 2016).

Data profil Desa Rebaq Rinding menunjukkan angka produksi perikanan yang cukup tinggi yaitu 121,0 ton, dengan nilai produksinya adalah Rp 1.105.792.000. Alat tangkap yang digunakan nelayan diantaranya yaitu Jaring Insang, Bubu, Pancingan, Hancu. Namun nelayan di Desa Rebaq Rinding lebih banyak menggunakan alat tangkap Jaring Insang (*Gill Net*) (Profil Desa Rebaq Rinding, 2016).

Nelayan yang melakukan kegiatan penangkapan dengan menggunakan alat tangkap Jaring Insang pasti mengeluarkan sejumlah modal. Modal ini digunakan untuk membeli peralatan tangkap, serta biaya operasional yang menunjang kegiatan penangkapan hingga hasil tangkapan terjual. Sedangkan modal yang telah dikeluarkan belum pasti mendatangkan keuntungan. Sampai saat ini belum ada data dan informasi, apakah hasil tangkapan usaha

perikanan Jaring Insang yang dilakukan pemasarannya luas, dan efisien serta menguntungkan.

Resiko jika produk hasil tangkapan pemasarannya tidak baik maka hasil tangkapan berupa ikan akan rugi. Produksi perikanan yang besar harus diimbangi dengan adanya pemasaran yang baik dan efisien mengingat hasil produksi perikanan sangat mudah rusak. 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.

Uraian diatas menjadi rujukan penulisan melakukan penelitian ini dengan tujuan Menganalisis Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran dan *Farmer's Share* usaha nelayan serta menganalisis besarnya pendapatan nelayan Jaring Insang di Desa Rebaq Rinding.

METODE PENELITIAN

Data yang diperlukan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan nelayan di Desa Rebaq Rinding. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Data sekunder diperoleh dari monografi desa, literatur penduduk, hasil penelitian sebelumnya sebagai acuan.

Pengambilan sampel responden dalam penelitian ini adalah menggunakan dua metode yaitu : Metode *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2013). Berdasarkan data Kantor Kepala Desa Rebaq Rinding tahun 2018 jumlah nelayan jaring insang di Desa Rebaq Rinding adalah sebanyak 76 nelayan. Sesuai keperluan penelitian ini maka diambil adalah sebanyak 30 nelayan jaring insang sebagai responden utama dengan kriteria sebagai berikut :

1. Sampel yang digunakan berdasarkan lamanya pekerjaan sebagai nelayan jaring insang minimal 5 tahun.
2. Nelayan berdomisili di Desa Rebaq Rinding.
3. Nelayan yang masih aktif dalam penangkapan menggunakan alat tangkap jaring insang.
4. Mudah ditemui dan mudah berkomunikasi.

Metode *Snowball Sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin besar (Sugiyono, 2001). Metode *Snowball Sampling* digunakan untuk mendapatkan informasi pendukung tentang bidang pemasaran dan saluran pemasaran yang di ambil 3 orang pengumpul untuk diwawancarai.

Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran dan *Farmer's Share*

a. Margin Pemasaran dan Saluran Pemasaran

Hamid (1972), menyatakan bahwa untuk menghitung margin pemasaran di masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus :

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M : Margin Pemasaran/*Marketing Margin*

Hp : Harga Penjualan (Rp/Kg)./*Price of Sale (Rp/Kg)*

Hb : Harga Pembelian (Rp/Kg)./*Purchase Price (Rp/Kg)*

b. Margin Total

Hamid (1972), menyatakan margin total diperoleh dengan menjumlahkan setiap margin lembaga pemasaran yang terlibat dengan menggunakan rumus :

$$Mt = M1 + M2 + M3 + + Mn$$

Keterangan :

Mt : Margin Total (Rp/Bln)/*Total Margin(Rp/Bln)*

M1.....Mn : Margin Pedagang (Rp/Bln)/*Merchant Margin(Rp/Bln)*

Saluran pemasaran dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui tingkat pemasaran ikan di Desa Rebaq Rinding Kecamatan Muara Muntai Kabupaten Kutai Kartanegara. Saluran pemasaran ditelusuri dari produsen sampai pedagang pengecer dan permasalahan pemasaran.

c. Efisiensi Pemasaran

Soekartawi (2002), menyatakan efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$Eps = \frac{Hp}{HE} \times 100\%$$

Keterangan :

Eps : Harga diterima Produsen(Rp)/*Prices Received by the Manufacturer(Rp)*

Hp : Harga Produsen per Satuan Barang (Rp)/*Producer Prince per Unit of Goods(Rp)*

HE : Harga Eceran per Satuan Barang (Rp/Unit)/*Retail Price per Unit of Goods(Rp/Unit)*

d. Apriono *dkk* (2012) menyatakan bahwa secara sistematis *Farmer's Share* dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$Fs = \frac{pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Fs : Persentase yang diterima Produsen (Rp/Kg)/*Percentage Received by Fishermen(Rp/Kg)*

Pf : Harga di Tingkat Produsen (Rp/Kg)./ *Price at Fishers Level (Rp/Kg)*

Pr : Harga di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)./Price at the Consumer Level (Rp/Kg)

Analisis Pendapatan Nelayan

- a. Soekartawi (1995), penerimaan usaha adalah perkalian antara produksi yang diperoleh harga jual, pernyataan ini bahwa rumus penerimaan usaha dapat ditulis sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR (*Total Revenue*) : Total Penerimaan (Rp/bulan)

P (*Price*) : Harga (Rp/Kg)

Q (*Quantity*) : Jumlah Hasil Produksi (Kg/bulan)

- b. Soekartawi (1995), menyatakan bahwa rumus total biaya dapat ditulis sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC (*Total Cost*) : Total Biaya (Rp)

TFC (*Total Fixed Cost*) : Total Biaya Tetap (Rp)

TVC (*Total Variabel Cost*) : Total Biaya Tidak Tetap (Rp)

- c. Soekartawi (1990), menyatakan bahwa pendapatan dapat ditulis sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I (*Income*) : Pendapatan

TR (*Total Revenue*) : Total Penerimaan

TC (*Total Cost*) : Total Biaya (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Rebaq Rinding dengan luas wilayah 10,65 Km². Terbagi menjadi lima RT dengan sebutan berbeda yakni RT. 01 sampai RT. 04 disebut Rebaq Rinding Luar sedangkan RT. 05 disebut Sungai Pinang Dalam (SPD). Tetapi masih dalam satu Desa Rebaq Rinding. Suhu udara yang berkisaran antara 26 – 32 °C. Penduduk Desa Rebaq Rinding berjumlah 1013 jiwa, yang terdiri dari 262 kk yaitu penduduk laki-laki berjumlah 524 jiwa (51,72%) dan perempuan 489 jiwa (48,27%) dengan mayoritas Suku Banjar (Profil Desa Rebaq Rinding, 2019)

1. Margin Pemasaran, Efesiensi Pemasaran dan *Farmer's Share*

a. Margin Pemasaran

Soekartawi (2002), menyatakan bahwa jarak yang mengantarkan produk pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan pemasaran (*marketing margin*), menurut Hanafiah dan Saefudin (1986) adalah perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir, dengan kata lain margin adalah selisih atau perbedaan harga penjual dengan harga pembeli. Semakin panjang saluran pemasaran yang berperan dalam setiap saluran pemasaran tersebut maka akan semakin tinggi pula margin permasarannya atau jika makin pendek saluran pemasaran yang dilalui maka akan kecil margin permasarannya.

Hasil penelitian pada margin pemasaran pada saluran pemasaran satu dan dua tingkat dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2 dibawah ini :

Tabel 1. Margin Pemasaran Pada Saluran Satu Tingkat Berdasarkan Jenis Ikan

Margin Saluran Satu Tingkat					
Jenis Ikan	Nelayan Jaring Insang (Rp/Kg)	Pedagang Pengecer (Rp/Kg)		Konsumen (Rp)/Kg)	
		Harga Jual	Harga Beli	Margin	Harga Beli
Haruan	12.000	12.000	22.000	10.000	22.000
Kendia	3.500	3.500	12.000	8.500	12.000
Rapang	4.000	4.000	15.000	11.000	15.000
Biawan	5.000	5.000	17.000	12.000	17.000

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Margin pemasaran terbesar yang didapatkan oleh pengecer pada saluran satu tingkat terdapat pada jenis Ikan Biawan sebesar Rp. 12.000/Kg, margin yang terkecil terdapat pada jenis Ikan Kendia Rp. 8.500/Kg, jenis ikan lainnya menghasilkan margin pemasaran pada jenis Ikan Rapang Rp. 11.000/Kg, dan Ikan Haruan Rp. 10.000/Kg.

Tabel 2. Margin Pemasaran Pada Saluran Dua Tingkat Berdasarkan Jenis Ikan

Jenis Ikan	Margin Saluran Dua Tingkat							
	Nelayan Jaring Insang (Rp/Kg)		Pedagang Pengumpul (Rp/Kg)		Pedagang Pengecer (Rp/Kg)		Konsumen (Rp/Kg)	
	Harga Jual	Harga Beli	Harga Jual	Margin	Harga Beli	Harga Jual	Margin	Harga Beli
Haruan	10.000	10.000	20.000	10.000	20.000	40.000	20.000	40.000
Kendia	3.000	3.000	7.000	4.000	7.000	14.000	7.000	14.000
Rapang	3.500	3.500	10.000	6.500	10.000	15.000	5.000	15.000
Biawan	4.000	4.000	12.000	8.000	12.000	25.000	13.000	25.000

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Margin pemasaran terbesar yang didapatkan oleh pengumpul pada saluran dua tingkat terdapat pada jenis Ikan Haruan sebesar Rp. 10.000/Kg, dan margin yang terkecil terdapat pada jenis Ikan Kendia Rp. 4.000/Kg, sedangkan margin pemasaran yang terbesar pada pedagang pengecer yaitu jenis Ikan Haruan sebesar Rp. 20.000/Kg, dan yang terkecil jenis Ikan Rapang sebesar Rp. 5.000/Kg. Kecilnya margin untuk jenis ikan kendia pada kedua saluran tersebut dikarenakan perbedaan atau selisih harganya tidak terlalu tinggi, selain itu kualitasnya atau jumlah ikan kendia relatif banyak sehingga dengan banyak produksi tersebut berpengaruh pada harga jual.

b. Margin Total

Adapun margin total yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat pada lembaga-lembaga yang ada di Desa Rebaq Rinding. Hal ini pemasaran produk hasil perikanan yaitu ikan haruan, ikan kendia, ikan rapang dan ikan biawan dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Jumlah Margin Total Berdasarkan Jenis Ikan dan Lembaga Pemasaran

Jenis Ikan	Saluran Pemasaran		Margin Total (Rp/Kg)
	Saluran Pemasaran Satu Tingkat	Saluran Pemasaran Dua Tingkat	
Haruan	10.000	30.000	40.000
Kendia	8.500	11.000	19.500
Rapang	11.000	11.500	22.500
Biawan	12.000	21.000	33.000
Margin Total	41.500	73.500	115.000

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Margin total yaitu menjumlahkan setiap margin lembaga pemasaran yang terlibat, dari setiap margin lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan dari saluran pemasaran satu tingkat sebesar Rp. 41.500/Kg, saluran pemasaran dua tingkat menghasilkan sebanyak Rp. 73.500/Kg. dengan nilai margin total sebanyak Rp. 115.000/Kg.

c. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah bagian yang diterima produsen dari harga minimal dari keseluruhan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, efisiensi diperoleh dengan menggunakan rumus harga jual ditingkat produsen dibagi harga eceran ditingkat pedagang pengumpul. Efisiensi pemasaran adalah perusahaan menganggap suatu sistem tataniaga efisien apabila penjual produknya dapat mendatangkan keuntungan tinggi baginya dan sebaliknya konsumen menganggap sistem tataniaga efisien apabila konsumen mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah (Hanafiah dan Saefuddin, 2006). Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari nelayan produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, 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). Efisiensi pemasaran satu tingkat pada jenis ikan Haruan menghasilkan 54,5%, Ikan Kendia menghasilkan 29,2%, Ikan Rapang menghasilkan 26,7% dan Ikan Biawan menghasilkan 29,4%. Efisiensi pemasaran dua tingkat pada jenis Ikan Haruan menghasilkan 25%, Ikan Kendia menghasilkan 21,4%, Ikan Rapang menghasilkan 23,3% dan Ikan Biawan menghasilkan 16%. Berdasarkan

informasi dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran (satu) tingkat. Hal tersebut dikarenakan yang diterima nelayan cenderung tetap dan harga yang dibayar oleh konsumen menempati posisi terendah dibandingkan pada saluran pemasaran dua tingkat. Sehingga pada saluran pemasaran (satu) tingkat nelayan memperoleh margin pemasaran total paling terendah dan *Farmer's Share* yang paling tinggi.

d. Sistematis *Farmer's Share*

Hasil pembagian harga yang diterima oleh nelayan dibandingkan dengan harga di konsumen akhir digunakan analisis *Farmer's share* dimana pengertian *Farmer's share* itu sendiri adalah merupakan perbandingan harga yang diterima oleh nelayan dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dan dinyatakan dalam persentase (%). *Farmer's share* memiliki hubungan negatif dengan margin pemasaran dimana semakin tinggi margin, maka bagian yang diperoleh nelayan semakin rendah. Adapun penghitungan *Farmer's share* beberapa tingkatan dalam saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran satu tingkat dan saluran pemasaran dua tingkat. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4 dan 5 dibawah ini :

Tabel 4. *Farmer's share* Berdasarkan Saluran Pemasaran Satu Tingkat

Jenis Ikan	Harga Saluran Pemasaran Satu Tingkat		<i>Farmer's Share (%)</i>
	Harga Ditingkat Nelayan (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	
Haruan	12.000	22.000	54,5
Kendia	3.500	12.000	29,2
Rapang	4.000	15.000	26,7
Biawan	5.000	17.000	29,4

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Bagian harga terbesar pada saluran pemasaran satu yang diterima oleh nelayan jaring insang terdapat pada jenis ikan haruan yaitu sebesar 54,5%. Saluran pemasaran yang terendah pada saluran satu adalah jenis ikan rapang 26,7%. Sedangkan pada jenis ikan lainnya hanya menghasilkan *Farmer's share* sebesar 29,4% pada jenis ikan biawan, jenis ikan kendia menghasilkan sebesar 29,2%. *Farmer's share* ini lebih besar dari jenis ikan

rapang. Hal ini menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran satu jenis ikan rapang merupakan jenis ikan yang tidak menguntungkan bagi nelayan karena jenis ikan rapang terdapat margin yang besar antara harga jenis ikan kendia dan ikan biawan.

Tabel 5. *Farmer's share* Berdasarkan Saluran pemasaran Dua Tingkat

Jenis Ikan	Harga Saluran Pemasaran Dua Tingkat		<i>Farmer's Share (%)</i>
	Harga Ditingkat Nelayan (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	
Haruan	10.000	40.000	25
Kendia	3.000	14.000	21,4
Rapang	3.500	15.000	23,3
Biawan	4.000	25.000	16

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Pada saluran pemasaran dua harga terbesar yang diterima oleh nelayan jaring insang terdapat pada jenis ikan haruan yaitu sebesar 25%. Sedangkan pada jenis ikan biawan hanya menghasilkan *Farmer's share* sebesar 16%. Pada saluran pemasaran satu jenis ikan haruan lebih menguntungkan dari jenis ikan lainnya, begitu juga dengan saluran pemasaran dua, jenis ikan haruan juga menguntungkan daripada jenis ikan lainnya. Jenis ikan kendia pada saluran pemasaran dua menghasilkan *Farmer's share* 21,4% Sedangkan *Farmer's share* pada jenis ikan rapang 23,3% yang lebih besar *Farmer's share* dari jenis ikan kendia.

2. Analisis Pendapatan

a. Jumlah Tangkapan

Jumlah tangkapan ikan yang didapat oleh nelayan jaring insang dalam satu bulan, maka dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini :

Tabel 6. Pendapatan Nelayan Jaring Insang di Desa Rebaq Rinding

No	Nama Responden	Total Penerimaan (Rp/bulan)	Total Biaya (Rp/bulan)	Pendapatan (Rp/bulan)
1	Samsuni	5.615.000	2.237.500	3.377.500
2	Muhammad Helmi	3.645.000	1.693.928	1.951.072
3	H. Ambi	3.870.000	1.961.180	1.908.820
4	Isnaini	6.540.000	2.649.236	3.890.764
5	Abdul Gapur	4.995.000	2.200.833	2.794.167
6	Bahari	5.065.000	1.997.708	3.067.292
7	H. Basran	5.820.000	2.477.500	3.342.500

No	Nama Responden	Total Penerimaan (Rp/bulan)	Total Biaya (Rp/bulan)	Pendapatan (Rp/bulan)
8	Lamri	7.010.000	2.473.542	4.536.458
9	Abrani	5.875.000	2.477.500	3.397.500
10	Efen	5.915.000	2.551.865	3.363.135
11	Darjad	7.835.000	2.853.125	4.981.875
12	Baihaqi	5.200.000	2.423.958	2.776.042
13	Iswani	3.375.000	1.853.889	1.521.111
14	Darmawan	6.210.000	2.342.202	3.867.798
15	H. Bahrin	4.500.000	1.847.639	2.652.361
16	Rahim	2.910.000	1.607.751	1.302.249
17	Rahmani	5.995.000	2.394.583	3.600.417
18	Budi	7.335.000	2.722.024	4.612.976
19	Ahmad	4.575.000	2.088.691	2.486.309
20	Padli	4.990.000	2.165.059	2.824.941
21	Udin	7.305.000	2.667.500	4.637.500
22	Barahim	4.305.000	1.816.666	2.488.334
23	Hadri	4.260.000	1.812.500	2.447.500
24	Jarkasi	4.265.000	1.798.958	2.466.042
25	Ishak	4.250.000	1.842.639	2.407.361
26	Jarni	4.845.000	1.925.416	2.919.584
27	Ilham	4.525.000	1.859.166	2.665.834
28	Syahrani	5.035.000	2.153.666	2.881.334
29	Syahril	4.535.000	2.059.291	2.475.709
30	Supian Syah	4.565.000	2.113.012	2.451.988
Total		155.165.000	68.673.289	90.096.473
Rata-rata		5.172.167	2.289.110	3.003.216

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Pendapatan (I), total penerimaan (TR) dikurang dengan total biaya (TC). Pendapatan nelayan jaring insang berkisar antara Rp. 1.302.249/bulan sampai dengan Rp. 4.637.500/bulan dengan total Rp. 90.096.473/bulan dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 3.003.216/bulan.

Faktor pendukung yang menjadikan motivasi bagi nelayan jaring insang dalam melakukan penangkapan adalah lokasi penangkapan yang dekat dari Desa Rebaq Rinding dan banyaknya jenis ikan yang bisa konsumsi, maka nelayan jaring insang bisa mendapatkan uang dari hasil tangkapan menggunakan alat tangkap jaring insang.

KESIMPULAN

1. Analisis Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran dan Farmer's Share :

- a. Margin pemasaran menghasilkan selisih harga yang berbeda-beda pada saluran satu dan dua tingkat. Selisih margin pemasaran pada saluran pemasaran satu tingkat pada Ikan Haruan sebesar Rp. 10.000/Kg, Ikan Kendia Rp. 8.500/Kg, Ikan Rapang Rp. 11.000/Kg, Ikan Biawan Rp. 12.000/Kg. Saluran pemasaran dua tingkat pada Ikan Haruan sebesar Rp. 30.000/Kg, Ikan Kendia Rp. 11.000/Kg, Ikan Rapang Rp. 11.500/Kg, Ikan Biawan Rp. 21.000, dengan margin total pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar Rp. 41.500/Kg dan saluran pemasaran dua tingkat sebesar Rp. 73.500/Kg.
- b. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran satu tingkat pada jenis Ikan Haruan menghasilkan 54,5%, Ikan Kendia menghasilkan 29,2%, Ikan Rapang 26,7% dan Ikan Biawan menghasilkan 29,4%. Efisiensi pemasaran pada saluran dua tingkat pada jenis Ikan Haruan menghasilkan 25%, Ikan Kendia menghasilkan 21,4%, Ikan Rapang 23,3% dan Ikan Biawan menghasilkan 16%. Efisiensi pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran satu tingkat dalam menggunakan konsep biaya pemasaran dengan biaya terendah. Sedangkan penghitungan efisiensi pemasaran menggunakan konsep mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran untuk jenis ikan adalah saluran pemasaran dua tingkat.
- c. *Farmer's Share* menghasilkan perbandingan harga antara nelayan dengan konsumen yang dimana *Farmer's Share* memiliki saluran pemasaran (Satu dan Dua) tingkat. Keseluruhan *Farmer's Share* dalam saluran pemasaran satu tingkat pada jenis Ikan Haruan menghasilkan 54,5%, Ikan Kendia menghasilkan 29,2%, Ikan Rapang 26,7% dan Ikan Biawan menghasilkan 29,4%. *Farmer's Share* pada saluran

pemasaran dua pada jenis Ikan Haruan menghasilkan 25%, Ikan Kendia menghasilkan 21,4%, Ikan Rapang 23,3% dan Ikan Biawan menghasilkan 16%.

2. Menganalisis berapa pendapatan nelayan jaring insang :

Penghitungan besarnya pendapatan keseluruhan dari responden nelayan jaring insang di Desa Rebaq Rinding Kecamatan Muara Muntai Kabupaten Kutai Kartanegara dalam 1 bulan menghasilkan sebesar Rp. 90.096.473/bulan dengan nilai rata-rata pendapatan responden nelayan jaring insang sebesar Rp. 3.003.216/bulan.

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 Ekonomi Petanian. (Tidak dipublikasikan).
- Badan Pusat Statistik, Kukar. 2016. Kutai Kartanegara dalam Angka. Badan Statistik. Kutai Kartanegara.
- Badan Pusat Statistik, Kecamatan Muara Muntai, 2016. Kecamatan Muara Muntai dalam Angka, Badan Statistik. Kecamatan Muara Muntai.
- Hanafiah, A. M dan A. M Saefuddin. 2006. Tata Niaga Hasil Perikanan Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Hamid, A. K. 1972. Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Profil Desa. 2017. Desa Rebaq Rinding. Kecamatan Muara Muntai, Kabupaten Kutai Kartanegara.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung
- Soekartawi. 1990. Teori Ekonomi Produksi. Rajawali. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. UI Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.