

**KAJIAN PEMASARAN IKAN KERAPU (*Cromileptes Altivelis Sp*)
DI TANJUNG LIMAU KELURAHAN BONTANG BARU KOTA BONTANG**

***Study of Grouper Marketing (*Cromileptes Altivelis Sp*)
In Tanjung Limau, New Bontang Village, Bontang Regency***

Fitri Yuliani¹⁾, Eko Sugiharto²⁾ dan Nurul Ovia Oktawati²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

²⁾Staf Pengajar Jurusan Sosek Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

email: fyuliani348@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this research were to determine marketing value, marketing channel, marketing margin and marketing efficiency of grouper based on species at Tanjung Limau, Bontang Baru sub District, Bontang Utara District, Bontang City. This Research conduct for six (10) month from Agustus 2013 to Mei 2014, At Tanjung Limau, Bontang Baru sub district, Bontang City. Data were collected using purposive sampling method to choose 13 respondents around research area. The result shown there was single pattern for marketing channels. Marketing Margin for five (5) species were Rp. 20.000,- for humpback grouper and Rp. 10.000,- for brown marble grouper, Rp. 15.000,- for estuary grouper, Rp.10.000,- for spotted coral grouper and Rp.10.000,- for humpback grouper. Marketing efficiency for five (5) species were 20% for humpback grouper 10% for brown marble grouper, 10% for estuary grouper, 20% for spotted coral grouper, and 10% for humpback grouper.

Keywords: Grouper, Marketing, Tanjung Limau, Bontang City.

PENDAHULUAN

Luasnya wilayah perairan dan semakin berkembangnya teknologi penangkapan, tehnik budidaya dan teknik pengolahan hasil perikanan, berimplikasi pula pada semakin tingginya produksi perikanan. Seluruh produksi perikanan tersebut tentunya diharapkan dapat diserap pasar dan dapat memenuhi selera pembeli. Untuk mewujudkan hal tersebut, dalam proses distribusi (pemasaran) hasil perikanan diperlukan suatu manajemen yang baik agar usaha perikanan yang dilakukan pada akhirnya akan memberikan keuntungan yang maksimal serta terkait dengan prinsip efisiensi dan efektif. Hal ini tidak terlepas dengan sifat barang-barang hasil perikanan pada umumnya, antara lain sebagai berikut:

1. Produksinya musiman, berlangsung dalam ukuran kecil-kecil (*small scale*), di daerah yang terpencar-pencar serta spesialisasi.

2. Konsumsi hasil perikanan berupa bahan makanan relatif stabil sepanjang tahun.
3. Barang hasil perikanan berupa bahan makanan yang mempunyai sifat cepat rusak atau mudah busuk (*perishable*).

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui saluran pemasaran ikan kerapu di Kota Bontang
2. Mengetahui besaran margin dan efisiensi pemasaran yang diterima pada setiap tingkatan lembaga pemasaran komoditas ikan kerapu perikanan laut di Kota Bontang.

METODE PENELITIAN

Rangkaian kegiatan penelitian akan dilaksanakan selama kurang lebih 10 bulan, yaitu di mulai pada bulan Agustus 2013– Mei 2014. Tahapan penelitian meliputi persiapan, pengumpulan data, menganalisis hasil, pembahasan dan laporan akhir skripsi. Adapun lokasi penelitian yang akan dilaksanakan yaitu di Bontang.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data ini diperoleh dengan cara observasi di lokasi penelitian dan mengadakan wawancara secara langsung dengan responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data review*) merupakan data penunjang yang diperlukan dalam penelitian ini. Data Sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, laporan dari instansi atau dinas yang terkait, hasil penelitian yang menunjang, monografi Kota Bontang serta sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini.

Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Identitas responden
2. Tahun mulai usaha dan status usaha
3. Jumlah produksi ikan Kerapu
4. Harga jual ikan Kerapu

5. Biaya produksi terdiri dari :
 - a. Biaya tetap (penyusutan dan biaya lainnya)
 - b. Biaya tidak tetap (Biaya operasional dan tenaga kerja).
6. Biaya investasi
7. Saluran pemasaran
8. Margin dan keuntungan pemasaran
9. Masalah – masalah yang dihadapi dalam menjalankan usaha.

Pengambilan responden pembudidaya dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). Purposive sampling adalah metode pengambilan responden yang dilakukan sengaja tetapi dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam penelitian ini adalah pembudidaya yang telah melakukan usahanya minimal satu tahun.

Data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis dilakukan dengan mengadakan saluran dan lembaga pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, struktur margin pemasaran, sementara untuk analisa usaha penelitian ini mengacu pada hasil penelitian.

Untuk mengetahui berapa nilai margin pemasaran dari penelitian ini. Hamid (1972), mengatakan bahwa untuk menghitung margin pemasaran di masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus :

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan:

M : Margin pemasaran (Rp per Kg)

H_p : Harga penjualan (Rp per Kg)

H_b : Harga pembelian (Rp per kg)

Margin total diperoleh dengan menjumlahkan setiap margin lembaga pemasaran yang terlibat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$M_t = M_1 + M_2 + M_3 + + M_{11}$$

M_t : Margin total (Rp per kg)

: Margin pedagang (Rp per kg)

Efisiensi pemasaran dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

Lp : Bagian harga yang diterima produsen (%)

Hp : Harga pada produsen persatuan barang (Rp per Kg)

He : Harga eceran persatuan barang (Rp per Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Perikanan Kota Bontang

Wilayah Kota Bontang memiliki ekosistem yang cukup lengkap, yaitu padang lamun dengan luas 13.990 ha, terumbu karang seluas 8.774 ha serta hutan mangrove seluas 600 ha yang tersebar disepanjang pesisir pantai dan pulau-pulau kecil. Usaha penangkapan ikan di Kota Bontang sebagian masih dilakukan dengan cara tradisional, yaitu menggunakan alat pancing, jaring insang, bagan, bubu dan yang lainnya.

Potensi perikanan Kota Bontang sebagian besar diperoleh dari hasil tangkapan di laut yang dijual dalam bentuk segar untuk diperdagangkan baik itu antar kota, pulau, maupun ekspor. Untuk ekspor pemasarannya langsung pembeli yang datang ke pengumpul. Potensi tersebut dapat dikembangkan dan menjadi sektor unggulan di Kota Bontang. Potensi perikanan budidaya dilaut memiliki komoditi unggulan dan telah dimanfaatkan oleh sebagian besar nelayan atau pembudidaya ikan baik itu budidaya air laut, budidaya air payau maupun budidaya air tawar.

Armada penangkapan ikan yang dimaksud adalah perahu atau kapal yang dipergunakan untuk melakukan penangkapan ikan. Untuk jumlah armada kapal sendiri sebanyak 1.287 unit. Armada penangkapan ikan berupa perahu tanpa motor, perahu dengan motor tempel dan kapal motor.

Alat tangkap merupakan sarana dan perlengkapan yang digunakan untuk menangkap ikan. Nelayan – nelayan di Kota Bontang pada umumnya menggunakan alat tangkap jaring insang hanyut, bubu, belat, bagan dan pancing.

Biaya Produksi

Menurut Gunawan (2006), menyatakan bahwa biaya adalah keseluruhan sumberdaya yang dipergunakan atau dihabiskan atau dikonsumsi untuk menunjang tercapainya tujuan proyek dan nilai dengan uang. Biaya - biaya yang dikeluarkan pada usaha pembesaran ikan Kerapu di desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru: biaya tetap, dan biaya tidak tetap.

a. Biaya Tetap

Biaya tetap berasal dari biaya penyusutan alat dari barang investasi. Biaya penyusutan alat adalah pengurangan nilai suatu barang, modal yang di sebabkan karena pemakaian terus menerus karena pengaruh cuaca aus, usang, dan mengalami kerusakan. Perhitungan biaya penyusutan bertujuan untuk mengalokasikan dana pembelian dan peralatan investasi apabila umur teknis / ekonomisnya telah berakhir. diperoleh dengan cara membandingkan harga beli dengan umur teknis alat yang bersangkutan. Adapun biaya tetap dalam usaha pembesaran ikan Kerapu di desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru oleh 13 nelayan ini berupa : Jaring, Serok, Styrofoam, Perahu, Mesin Perahu dan Timbangan. Tabel 1 menggambarkan rincian biaya investasi di lokasi studi.

Tabel 1. Biaya Tetap Nelayan Ikan Kerapu

No	Kapal	Mesin	Alat Tangkap	Biaya Perawatan	Jumlah
1	2.500.000	900.000	280.000	150.000	3.830.000
2	2.500.000	900.000	280.000	150.000	3.830.000
3	2.500.000	900.000	280.000	150.000	3.830.000
4	2.500.000	900.000	280.000	150.000	3.830.000
5	1.250.000	0	235.000	100.000	1.585.000
6	1.250.000	0	235.000	100.000	1.585.000
7	1.800.000	735.000	280.000	100.000	2.915.000
8	1.900.000	750.000	260.000	100.000	3.010.000
9	1.500.000	0	250.000	0	1.750.000
10	2.000.000	700.000	280.000	150.000	3.130.000
11	1.700.000	735.000	280.000	100.000	2.815.000
12	1.000.000	0	235.000	0	1.235.000
13	2.500.000	900.000	280.000	150.000	3.830.000
Jumlah	24.900.000	7.420.000	3.455.000	1.400.000	37.175.000

No	Kapal	Mesin	Alat Tangkap	Biaya Perawatan	Jumlah
Rata-rata	1.915.385	570.769	265.769	107.692	2.859.615

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Tabel 1 menggambarkan total biaya tetap yang dikeluarkan dalam usaha pembesaran ikan Kerapu di desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru besarnya biaya yang dikeluarkan oleh setiap responden dalam 1 kali masa panen (6-10 bulan) berkisar adalah Rp. 37.175.000 atau rata-rata sebesar Rp. 2.859.615/ MP / responden.

b. Biaya tidak tetap

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlahnya tidak tetap, atau berubah-ubah tergantung dari jumlah produksi yang dihasilkan. Dalam usaha pembesaran ikan Kerapu di desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru mengeluarkan beberapa biaya variabel untuk operasional, rincian biaya variabel tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Tidak Tetap Nelayan ikan Kerapu

No	Benih	Pakan	Bahan bakar	Perlengkapan	Jumlah
1	1.200.000	250.000	245.000	350.000	2.045.000
2	1.200.000	250.000	245.000	350.000	2.045.000
3	1.350.000	300.000	245.000	350.000	2.245.000
4	1.300.000	300.000	245.000	350.000	2.195.000
5	400.000	100.000	0	200.000	700.000
6	600.000	150.000	0	200.000	950.000
7	800.000	150.000	154.000	235.000	1.339.000
8	1.000.000	200.000	154.000	235.000	1.589.000
9	550.000	150.000	0	200.000	1.000.000
10	1.300.000	300.000	175.000	275.000	2.050.000
11	950.000	200.000	154.000	250.000	1.554.000
12	600.000	150.000	0	200.000	950.000
13	1.800.000	500.000	245.000	350.000	2.895.000
Jumlah	13.050.000	3.000.000	1.862.000	3.545.000	21.557.000
Rata-rata	1.003.846	230.769	143.231	272.692	1.658.231

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Berdasarkan data pada Tabel 2 dapat diketahui total biaya variabel (*variable cost*) yang dikeluarkan dalam usaha pembesaran ikan Kerapu di desa Tanjung Limau oleh setiap

responden dalam satu kali masa panen (6-10 bulan) adalah antara Rp. 21.557.000 atau rata-rata sebesar Rp.1.658.231/ Mp/ responden

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah organisasi – organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Perangkat ini yang menjadi alur lintas produk dari produsen ke konsumen setelah diproduksi. Saluran distribusi adalah merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada pemakai. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen ke konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran bertugas untuk menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran Ikan Kerapu di lokasi penelitian adalah 1 tingkat.

Saluran 1 tingkat adalah saluran pemasaran yang melibatkan satu pedagang perantara dalam aktivitas penyaluran hasil produksi dari produsen hingga ke konsumen.

Pembudidaya → pengumpul → pengecer/konsumen.

Biaya, Margin, dan Efisiensi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian untuk biaya pemasaran pada nelayan Ikan Kerapu berupa biaya penyusutan. Biaya penyusutan adalah besarnya kerugian atas rusaknya ikan Kerapu selama berlangsungnya kegiatan pemasaran dan di hitung berdasarkan harga jual yang berlaku. Biaya penyusutan yang dikeluarkan oleh nelayan adalah sebesar Rp.300.000.

Tabel 3. Margin Pemasaran Ikan Kerapu nelayan Desa Tanjung Limau

No	Jenis Ikan Kerapu	Harga ditingkat Pedagang Pengumpul (Rp/Kg)	Harga ditingkat Pengecer/Konsumen (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
1	Tikus	50.000	70.000	20.000
2	Macan	40.000	50.000	10.000
3	Lumpur	25.000	40.000	15.000
4	Sunu	40.000	50.000	10.000
5	Bebek	30.000	40.000	10.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas besarnya margin masing-masing jenis ikan Kerapu adalah berkisar dari terendah dengan margin sebesar Rp. 10.000 dan yang tertinggi ikan Kerapu Tikus sebesar Rp. 20.000.

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran Ikan Kerapu

No	Jenis Ikan Kerapu	Harga di Tingkat Pengecer/konsumen (Rp/Kg)	Harga di Tingkat Pengumpul (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran
1	Tikus	70.000	50.000	20%
2	Macan	50.000	40.000	10%
3	Lumpur	40.000	30.000	10%
4	Sunu	60.000	40.000	20%
5	Bebek	40.000	30.000	10%

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Berdasarkan hasil tabel 4 diatas menunjukkan efisiensi pemasaran dari masing-masing jenis ikan Kerapu di Desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru adalah tidak efisien. Hal ini sesuai dengan pendapat Mubyarto (1989), yang menyatakan bahwa paling tidak produsen memperoleh minimal 50% dari keseluruhan harga yang diperoleh produsen maka pemasaran akan lebih efisien.

Sedangkan system pemasaran dianggap efisien jika memenuhi dua syarat:

- Mampu menyampaikan hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
- Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi.

Selanjutnya menurut sastra Atmadja (1984), tercapainya sistem pemasaran yang efisien adalah mampu mengalirkan hasil produksi dengan biaya seminimal mungkin. Dengan tingkat harga dan tingkat keuntungan yang adil dan wajar, serta penjualannya dapat dilakukan dengan tepat, yaitu kualitas, tempat ataupun waktu yang dikehendaki oleh konsumen.

Permasalahan Yang Dihadapi Pada Usaha Pembesaran Ikan Kerapu

Dalam suatu proses produksi pasti ada yang namanya kendala atau permasalahan yang dihadapi pada setiap produksi tersebut. Adapun permasalahan yang dihadapi pada usaha pembesaran ikan Kerapu di Desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru adalah:

- a. Pada saat masih benih ikan belum terlihat penyakitnya, ketika sudah berumur 1 minggu baru terlihat tanda – tanda bahwa ikan tersebut abnormal, seperti sisik lepas dan berdarah sehingga banyak yang mati.
- b. Bibitnya yang diminta kadang terlambat datangnya atau kadang bibit yang dibutuhkan tidak ada sehingga mengganggu proses produksi.
- c. Adanya pencemaran lingkungan berupa limbah yang mengakibatkan kualitas air tercemar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disajikan beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Pemasaran Ikan Kerapu di Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru Kota Bontang terdiri dari 1 tingkat saluran pemasaran, saluran yang melibatkan satu pedagang perantara dalam aktivitas penyaluran hasil produksi dari produsen hingga ke konsumen.
2. Margin pemasaran Ikan Kerapu di Desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru kota Bontang adalah Ikan Kerapu Tikus sebesar Rp. 35.000, Kerapu Macan Rp. 30.000, Kerapu Lumpur Rp. 15.000, Kerapu Sunu Rp. 30.000 dan Kerapu Bebek sebesar Rp.20.000

3. Pemasaran Ikan Kerapu di Desa Tanjung Limau Kelurahan Bontang Baru kota Bontang adalah efisien. Dengan nilai efisiensi pemasaran masing-masing dari jenis Ikan Kerapu adalah Ikan Kerapu Tikus sebesar 33,3%, Kerapu Macan 40%, Kerapu Lumpur 60%, Kerapu Sunu 40%, Kerapu Bebek 30%.

DAFTAR PUSTAKA

- Christoper D, Louis & B. L. Down. 1994. Kamus Lengkap Ekonomi Edisi II (Penerjemah Tumpal. R. dan Rachman. H). Erlangga.
- Dinas Perikanan dan Kelautan. 2010. Laporan Tahunan 2010. Dinas Perikanan Kota Bontang.
- Kordi, M., H. Ghufro. 2010. Budidaya Ikan Bandeng untuk Umpan. Akademia. Jakarta
- Limbong W. H, P.Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Stanton, W. J. 1993. Prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta.
- Sugiarto, dkk. 2001. Teknik Sampling. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.