

**ANALISIS PEMASARAN IKAN BANDENG (*Chanos chanos*)
DI DESA BABULU LAUT, KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR**

**Marketing Analysis of Milkfish in Babulu Laut Village
Regency of Penajam Paser Utara East Borneo**

Listiowati¹⁾, Elly Purnamasari²⁾ dan Helminuddin²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

²⁾Staf Pengajar Jurusan Sosek Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

E-mail: lilis.listiowati@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine marketing channel, institutional market, marketing margin, marketing efficiency, profit and milkfish marketing problems. Data collection was conducted with purposive and snowball sampling methods by using questionnaire spread to respondents. The research was conducted star from April 2016 to February 2017. Field data were analyze by descriptive quantitative using table and charts.

The result showed that fish marketing channel consist of two levels type, namely, 0 level and the second level. Institutional market was involved in marketing are: Pondfarmers, wholesalers, and retailers. Margin of Marketing obtained by farmers, wholesalers, retailers, respectively Rp 2,000. The marketing process is efficient because each intermediary marketing gained share (part) above 50%. Gains derived by farmers on average Rp 93,169,617 / year, wholesaler's profits by an average of Rp 38,544,933 / year, and the benefits retailers by an average of Rp 19,977,917 / year. Problems faced by pondfarmers in the research area are insufficient of natural food (klekap), the wholesalers often undertakes demand for milkfish from outside the area. For retailers if the price of milkfish is expensive was impact low purchasing power of consumers so that retailers loss.

Keywords: Marketing Analysis and channels, Margin, Efficiency Marketing milkfish, Babulu Laut

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kabupaten Penajam Paser Utara memiliki 4 wilayah kecamatan, yaitu Kecamatan Babulu, Kecamatan Waru, Kecamatan Penajam dan Kecamatan Sepaku. Dari empat kecamatan tersebut terdapat 54 desa/kelurahan yakni 30 desa dan 24 kelurahan.

Desa Babulu Laut dibuka pada tahun 1970 an oleh masyarakat Suku Bajao, dengan kondisi tanah dataran rendah yaitu rawa dan pantai dengan luas wilayah 10.400 Ha. Letak desa ini berada diposisi paling timur di antara 12 desa se Kecamatan Babulu. Menurut informasi masyarakat setempat, sebelum Desa Babulu Laut terbentuk, desa ini dinamakan kampung laut karena daerahnya berada di pinggir laut dan di sekitarnya terdapat rawa-rawa

air payau dan pohon bakau. Perumahan masyarakatnya pun sebagian besar dibangun di atas air. Kampung ini pernah bergabung dengan Desa Muara Telake dan juga Desa Labangka. Desa ini berbatasan dengan Desa Babulu Darat. Karena letak daerahnya dipinggir laut maka desa ini dinamakan Desa Babulu Laut, yang masyarakatnya banyak melakukan usaha perikanan budidaya (*culture fisheries*) yakni usaha budidaya ikan bandeng di tambak. Usaha budidaya ikan bandeng di tambak ini sudah cukup lama dilakukan masyarakat di Desa Babulu Laut, karena kegiatan ini merupakan mata pencaharian mereka dan ikan bandeng hasil budidaya dipasarkan ke konsumen.

Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana cara pembudidaya memasarkan ikan bandeng hasil budidaya di tambak di Desa Babulu Laut, maka dilakukanlah penelitian berjudul “Analisis Pemasaran Ikan Bandeng (*Chanos chanos*) Di Desa Babulu Laut Kabupaten Penajam Paser Utara Provinsi Kalimantan Timur”.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui saluran dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran Ikan Bandeng di Desa Babulu Laut.
2. Untuk mengetahui margin dan efisiensi pemasaran suatu usaha pemasaran Ikan Bandeng di Desa Babulu Laut.
3. Untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh tiap lembaga pemasaran Ikan Bandeng di Desa Babulu Laut yang terlibat.
4. Untuk mengetahui permasalahan pemasaran Ikan Bandeng di Desa Babulu Laut.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 10 bulan dengan lokasi penelitian di Kabupaten Penajam Paser Utara, Desa Babulu Laut.

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989), metode survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi di lokasi penelitian dan mengadakan wawancara mendalam (*indepth interviews*) dengan responden. Wawancara ini berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.

Adapun data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder dalam penelitian ini berfungsi sebagai data pendukung. Data yang dijadikan referensi diperoleh melalui studi kepustakaan, laporan dinas dan instansi yang berkaitan dengan tujuan penelitian ini.

Metode Penentuan Sampel

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah metode sampel bertujuan (*purposive sampling*) dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu pembudidaya tambak yang produktif dan aktif, lama usaha ≥ 15 tahun. Dan ada 10 responden. Dan metode bola salju (*snowball sampling method*) adalah metode pengambilan sampel secara berantai, yang dimulai dari pembudidaya kemudian ke pedagang besar terus kepada pedagang pengecer, dengan jumlah sampel 20 orang.

Metode Analisis Data

Data lapangan diolah dengan secara deskriptif kuantitatif disajikan dalam bentuk tabulasi dan juga analisis perhitungan biaya, penerimaan dan keuntungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Penajam Paser Utara terletak 117 Km di Barat Daya ibu kota Provinsi Kalimantan Timur yakni Samarinda. Letaknya berbatasan dengan Kota Balikpapan yang

dipisahkan oleh Teluk Balikpapan. Kabupaten Penajam Paser Utara merupakan wilayah yang strategis karena berhadapan langsung dengan Teluk Balikpapan dan sebagai pintu masuk ke Kalimantan Timur arah selatan yang dilalui Jalan Negara yang menghubungkan Provinsi Kaltim, Kalsel dan Kalteng. Secara geografis wilayah Kabupaten Penajam berada antara 00° 48' 29'' - 01° 36' 37'' Lintang Selatan dan 116° 19' 30'' - 116° 56' 35'' Bujur Timur. Luas secara keseluruhan adalah 3.333,06 Km². dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Kutai Kartanegara
- b. Sebelah Timur : Kota Balikpapan dan Selat Makassar
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Paser dan Selat Makassar
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Paser dan Kabupaten Kutai Barat

Kecamatan Babulu memiliki penduduk sebesar 4.134 jiwa, terdiri dari laki-laki berjumlah 2.156 jiwa dan perempuan berjumlah 1.978 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki lebih banyak daripada jumlah penduduk perempuan.

Gambaran Umum tentang Usaha Tambak di Kecamatan Babulu

Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara mempunyai lokasi tambak berada pada kawasan pasang surut air laut serta berada di daerah hutan mangrove. Pemilihan lokasi yang baik dan cocok memegang peranan penting dalam keberhasilan budidaya di tambak. Tambak di Desa Babulu Laut menggunakan cara tradisional, dan setahun usaha tambak dapat menghasilkan 2 kali panen.

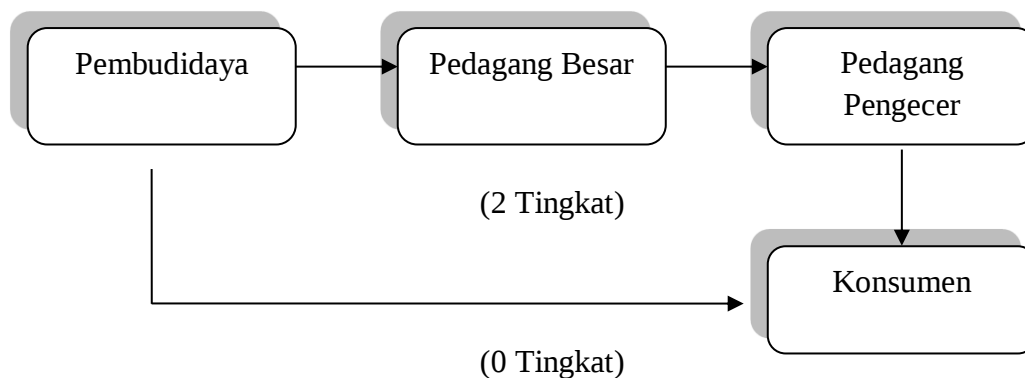
Harga ikan bandeng yang di jual di Kecamatan Babulu walaupun fluktuatif namun masih dapat dikatakan relatif sama. Hal ini dipengaruhi oleh jumlah stok ikan bandeng yang dipanen. Apabila stok ikan bandeng yang beredar melimpah maka harga jual akan turun, apabila stok ikan bandeng yang beredar sedikit, harga ikan akan naik. Selama penelitian berlangsung harga beli ikan bandeng di Kecamatan Babulu berkisar antara Rp.14.000/Kg. sementara harga jual rata-rata dari 7 orang pedagang pengecer yaitu Rp.18.000/Kg.

Saluran Pemasaran Ikan Bandeng di Desa Babulu Laut

Saluran Pemasaran Ikan bandeng yang ada di Desa Babulu Laut ada dua jenis tingkat yaitu, 0 tingkat dan 2 tingkat, saluran 0 tingkat yaitu dari pembudidaya ke konsumen dan

saluran 2 tingkat yaitu dari pembudidaya ke pedagang besar lalu ke pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen.

Saluran pemasaran dua tingkat ini diperlukan karena jarak antara pembudidaya sebagai produsen dengan konsumen sangatlah jauh. Selain itu akan lebih memakan banyak biaya apabila produsen langsung menjualnya kepada konsumen yang ada di luar kota. Untuk lebih jelasnya tentang saluran pemasaran ikan bandeng nol tingkat dan dua tingkat dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Ikan Bandeng

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Keterangan:

1. Pembudidaya adalah orang yang membudidayakan ikan bandeng di Desa Babulu Laut.
2. Pedagang Besar adalah pedagang yang membeli ikan bandeng dari pembudidaya kemudian menjualnya ke pedagang pengecer yang ada di sekitaran Desa Babulu Laut.
3. Pedagang Pengecer adalah pedagang yang menjual ikan bandeng kepada konsumen secara eceran.
4. Konsumen adalah orang yang membeli ikan bandeng dari pedagang pengecer.

Biaya-biaya dalam Usaha Pemasaran Ikan Bandeng

1. Biaya Investasi

Biaya investasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kegiatan operasional para pembudidaya, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Biaya investasi yang dikeluarkan oleh para pelaku kegiatan pemasaran ikan bandeng yaitu:

a. Pembudidaya

Biaya investasi yang dikeluarkan pembudidaya diperuntukkan membeli lahan tambak, membuat pintu tambak, trawl, lampu, box ikan, serokan, ember.

b. Pedagang Besar

Biaya investasi yang dikeluarkan pedagang besar (agen) untuk membeli mobil, peti/box ikan, basket, timbangan.

c. Pedagang Pengecer

Biaya investasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk membeli box ikan, timbangan, pisau, telenan, batu asah, gunting, mobil/motor.

Alat-alat tersebut merupakan instrument penting dalam menjalankan usaha pemasaran ikan.

2. Biaya Operasional meliputi biaya tetap dan tidak tetap

a. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku kegiatan pemasaran meliputi biaya penyusutan yang berasal dari modal yang tidak habis dipakai satu kali dalam proses produksi dan biaya pemeliharaan. Biaya penyusutan diperoleh dengan cara membagi harga beli dengan masa pakai (Umur ekonomis). Besarnya biaya penyusutan yang dikeluarkan oleh 10 pembudidaya ikan bandeng sebesar Rp. 463.293.833 / tahun atau rata-rata sebesar Rp. 46.329.383 / tahun / pembudidaya. 3 orang pedagang besar mengeluarkan biaya sebesar Rp. 156.375.000 / tahun atau rata-rata sebesar Rp. 52.125.000 / tahun / pedagang besar. Sedangkan 7 orang pedagang pengecer mengeluarkan biaya sebesar Rp. 259.934.583 / tahun atau rata-rata sebesar Rp. 37.133.512 / tahun / pedagang pengecer.

b. Biaya tidak tetap

Biaya tidak tetap adalah semua biaya yang berhubungan dengan besar kecilnya usaha. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan pembudidaya digunakan untuk membeli konsumsi, es batu, dan upah tenaga kerja. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan pedagang besar adalah untuk membiayai konsumsi, bahan bakar, es batu, upah tenaga kerja. Sedangkan biaya tidak tetap yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah untuk membiayai es batu, upah tenaga kerja, tas plastik, bahan bakar.

Besarnya biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh 10 pembudidaya sebesar Rp. 99.810.000 per tahun atau rata-rata sebesar Rp. 9.981.000 / tahun / pembudidaya, 3 orang pedagang besar mengeluarkan biaya tidak tetap sebesar Rp. 47.502.360 / tahun atau rata-rata sebesar Rp. 15.834.120 / tahun / pedagang besar. Sedangkan 7 orang pedagang pengecer mengeluarkan biaya tidak tetap sebesar Rp. 170.460.000 / tahun atau rata-rata sebesar Rp. 24.351.429 / tahun / pedagang pengecer.

Penerimaan dan Keuntungan

Penerimaan didapat dari hasil perkalian antara jumlah volume penjualan ikan bandeng dengan harga jual ikan bandeng. Penerimaan yang diperoleh 10 pembudidaya sebesar Rp. 1.650.240.000 / tahun atau rata-rata sebesar Rp. 165.024.000 / tahun, 3 pedagang besar memperoleh penerimaan sebesar Rp.370.200.000 / tahun atau rata-rata sebesar Rp.102.400.000 / tahun, sedangkan 7 pedagang pengecer memperoleh penerimaan sebesar Rp. 570.240.000 / tahun atau rata-rata sebesar Rp.81.462.857 / tahun.

Keuntungan yang diperoleh dengan cara penerimaan dikurangi total biaya yang dikeluarkan per tahun. Keuntungan yang diperoleh 10 pembudidaya selama satu tahun sebesar Rp.891.696.167 / tahun atau rata-rata sebesar Rp.89.169.617 / tahun, sedangkan keuntungan yang diperoleh 3 pedagang besar selama satu tahun sebesar Rp.115.634.800 / tahun atau rata-rata sebesar Rp.38.544.933 / tahun dan keuntungan yang diperoleh 7 pedagang pengecer selama satu tahun sebesar Rp.139.845.416 / tahun atau rata-rata sebesar Rp.19.977.917 / tahun.

Margin Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produsen tidak memungkinkan mendistribusikan ikan bandeng langsung kepada konsumen karena akan mengeluarkan banyak biaya, oleh karena itu diperlukan beberapa lembaga pemasaran yang terlibat untuk mendistribusikan ikan bandeng kepada konsumen. Dalam penelitian ini diketahui ada 3 lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian ikan bandeng yaitu pembudidaya, pedagang besar dan pedagang pengecer. Masing-masing lembaga pemasaran memperoleh margin yang diperoleh dari selisih penjualan dengan harga pembelian. Pembudidaya memperoleh margin sebesar Rp. 2.000 / kilogram pedagang besar memperoleh margin sebesar Rp.2.000 / kilogram dan pedagang pengecer memperoleh margin sebesar Rp.2.000 / kilogram. Perbedaan margin yang diperoleh setiap lembaga pemasaran disebabkan karena setiap lembaga pemasaran ingin mengharapkan sejumlah keuntungan dari biaya yang dikeluarkan. Karena jasanya dalam pendistribusian ikan bandeng maka setiap lembaga pemasaran memperoleh pembayaran yang dibebankan kepada konsumen, sehingga berpengaruh terhadap harga yang harus dibayar konsumen.

Semakin besar total margin dari seluruh lembaga pemasaran semakin besar pula harga yang harus dibayar oleh konsumen. Margin total didapat dari penjumlahan margin setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam usaha pemasaran ikan bandeng, yaitu: pembudidaya, pedagang besar, dan pedagang pengecer.

Efisiensi Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa bagian yang diterima produsen dari harga minimal dari keseluruhan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir sebesar 70%. Ini menunjukkan bahwa proses tata niaga berjalan efisien, hal ini sesuai dengan pernyataan Mubyarto (1989), bahwa paling tidak produsen mendapat bagian harga 50% dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir, semakin besar harga yang diterima produsen maka tata niaga akan lebih efisien. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng di Kecamatan Babulu

No	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Eceran (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1	14.000	20.000	70

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Permasalahan yang Dihadapi Pelaku Pemasaran Ikan Bandeng

Musim merupakan satu di antara faktor yang tidak dapat dicegah atau dihindari, karena produksi ikan bandeng di Desa Babulu Laut tergantung pada musim panen, maka ketika tidak sedang musim panen ikan bandeng, maka persediaan ikan bandeng berkurang atau bahkan tidak ada, yang pada akhirnya berdampak kepada omzet pedagang besar dan juga pedagang pengecer.

Pelaku pemasaran (Pembudidaya, Pedagang Besar, dan Pedagang Pengecer) mempunyai masalah-masalah yang berbeda. Untuk masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Permasalahan para pembudidaya ikan bandeng adalah mahalnya harga pakan yang harus mereka beli ketika makanan alami berupa lumut hijau (klekap) habis.
2. Permasalahan pedagang besar adalah sering ikan yang dipasok pembudidaya kurang baik dan rusak, sehingga tidak layak untuk dijual ke pedagang luar kota.
3. Permasalahan pedagang pengecer adalah ada waktunya hanya sebagian saja ikan yang dapat dijual, untuk mengatasi resiko kerugian tersebut banyak yang mengolahnya menjadi ikan asin kering.
4. Permasalahan konsumen akhir adalah harga beli ikan bandeng seringkali tinggi dan adakalanya ikan bandengnya tidak tersedia.

KESIMPULAN

1. Saluran pemasaran ikan bandeng di Desa Babulu Laut ada 2 tingkat yaitu: Saluran 0 tingkat (dari pembudidaya ke konsumen) dan Saluran II tingkat (dari pembudidaya ke pedagang besar lalu ke pedagang pengecer lalu ke konsumen).

2. Margin pemasaran yang diperoleh pembudidaya, pedagang besar dan pedagang pengecer sebesar Rp.2.000 per kg, adapun proses pemasaran ikan bandeng adalah efisiensi karena bagian yang diterima produsen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir sebesar 70%.
3. Keuntungan yang diperoleh 10 pembudidaya adalah sebesar Rp.891.696.167/tahun atau rata-rata Rp.89.169.617 / tahun, dan keuntungan yang diperoleh 3 pedagang besar adalah sebesar Rp.115.634.800 / tahun atau rata-rata Rp. 38.544.933 / tahun, sedangkan keuntungan yang diperoleh 7 pedagang pengecer adalah sebesar Rp.139.845.416 / tahun atau rata-rata Rp. 19.977.917 / tahun.
4. Pelaku pemasaran mempunyai masalah-masalah yang berbeda-beda, Permasalahan para pembudidaya ikan bandeng adalah mahal nya harga pakan yang harus mereka beli ketika makanan alami berupa lumut hijau (klekap) habis. Permasalahan pedagang besar adalah sering ikan yang dipasok pembudidaya kurang baik dan rusak, sehingga tidak layak untuk dijual lagi khususnya ke pedagang luar kota. Permasalahan pedagang pengecer adalah ada waktunya hanya sebagian saja ikan yang dapat dijual. Permasalahan konsumen akhir adalah harga beli ikan bandeng seringkali terutama ketika penawaran ikan bandeng sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Nitisemoto, A.S. 1991. Marketing Ghalia Indonesia. Jakarta
- Hanafiah dan Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Edisi kedua. UI_Press. Jakarta
- Hanafiah dan Saefuddin 2006. Tata Niaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta.
- Effendi, I. dan W Oktariza. 2006. Manajemen Agribisnis Perikanan. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta
- Soekartawi. 2003. Teori Ekonomi Produksi (Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas). Raja Grafindo. Jakarta
- Catur Sarwanto, Eko Sri Wahyono dan Tri Wiji Nuraini, John Haluan. 2014. Kajian Sistem Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan Di Kabupaten Gunung Kidul Daerah

Istimewa Yogyakarta (DIY). Jurnal Sosek Kelautan Perikanan. Volume 9 No. Tahun 2014.