

**ANALISIS PEMASARAN HASIL PERIKANAN LAUT
IKAN LAYANG (*Decapterus russelli*) DAN IKAN TONGKOL (*Euthynus sp*)
DI PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI) SELILI KOTA SAMARINDA**

***Marketing Analysis Of The Catch Marine Fisheries For Scads (*Decapterus russelli*) and
Eastern Little Tunas (*Euthynus sp*) In Fishery Port Selili Samarinda City***

Wulandari¹⁾, Juliani²⁾, Fitriyana²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jur. Sosial Ekonomi Perikanan, Fak. Perikanan dan Ilmu Kelautan, UNMUL

²⁾ Staf Pengajar Jur. Sosial Ekonomi Perikanan, Fak. Perikanan dan Ilmu Kelautan, UNMUL
E-mail: wulan_aisha@yahoo.co.id

ABSTRACT

*This research aims to know about marketing channel and function of marketing is measure by margin, efficiency and marketing benefit of the catch marine fisheries. Average revenue of wholesaler is Rp 30.000.000,00 by the trip, average revenue of agent is Rp 24.561.111,00 by the month and average revenue of retailer is Rp 9.998.900,00 by the month. Average benefit of wholesaler is Rp 17.843.431,00 by the trip, average income of agent is Rp 13.051.319,00 by the month and average income retailer is Rp 5.565.650,00 by the month. Total margin is Rp 16.865,00 and Marketing Efficiency is 56 % for Scads (*Decapterus russelli*) and 59 % for Eastern Little Tunas (*Euthynus sp*).*

Keyword:

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor perikanan merupakan satu di antara alternatif untuk menopang pembangunan ekonomi nasional. Pembangunan perikanan diwujudkan dalam berbagai kegiatan program pembangunan yang didasarkan pada pertimbangan sumber daya hayati yang belum termanfaatkan, sumber devisa, sumber protein hewani, peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup pelaku usaha perikanan, khususnya skala mikro serta penyediaan lapangan kerja (BPS, 2012).

Keberadaan PPI Selili sangat membantu pemenuhan konsumsi protein hewani yang berasal dari ikan dengan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan harga di pasar maupun di pedagang keliling. Pendirian PPI Selili selain memperlancar pendistribusian hasil perikanan juga memberikan berbagai dampak sosial bagi kehidupan masyarakat sekitarnya, diantaranya menyerap tenaga kerja lokal yang ada di sekitar PPI Selili, adanya pedagang makanan dan minuman yang berasal dari daerah sekitar PPI Selili, adanya pedagang es batu untuk membekukan/mengawetkan ikan lebih lama dan terciptanya lapangan kerja baru,

yakni dengan adanya pedagang pengecer. Dampak positif yang timbul karena pendirian PPI Selili tentu harus dipertahankan dengan menjaga keberlangsungan tempat ini (DKP, 2012). Penelitian tentang kegiatan pemasaran hasil perikanan laut di PPI Selili yang meliputi: Saluran pemasaran, keuntungan, efisiensi, margin serta permasalahan-permasalahan yang perlu dilakukan untuk dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak pemerintah, pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran maupun pihak-pihak lain yang memiliki tujuan dalam hal peningkatan produktivitas pemasaran hasil perikanan khususnya hasil perikanan laut di Kota Samarinda dan sekitarnya.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tentang tingkat saluran pemasaran hasil perikanan laut ikan layang dan ikan tongkol di PPI Selili Kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja pemasaran hasil perikanan laut berdasarkan parameter keuntungan, efisiensi dan margin pemasaran yang diperoleh para pelaku kegiatan pemasaran hasil perikanan laut ikan layang dan ikan tongkol di PPI Selili Kota Samarinda.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan selama kurang lebih 8 bulan yang dimulai dari bulan Oktober 2013 sampai dengan Mei 2014. Data yang diambil berupa data primer dan data sekunder. Ada 2 jenis metode pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini yaitu: metode purposive sampling (Singarimbun dan Effendi, 1989) dan snowball sampling (Nasution, 2003). Data yang diperoleh dari hasil survei akan disajikan dalam bentuk tabel, kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan dengan menggunakan rumus analisis pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jenis Dan Harga Ikan Laut di PPI Selili

Harga ikan layang dan ikan tongkol yang dijual di PPI Selili relatif sama, hanya saja harga ikan tongkol dapat berubah dari waktu ke waktu. Hal ini dipengaruhi oleh jumlah stok ikan layang dan ikan tongkol yang beredar di pasaran.

Apabila stok ikan layang dan ikan tongkol berlimpah maka harga jual akan turun dan sebaliknya apabila stok ikan layang dan ikan tongkol berkurang atau sedikit maka harga ikan layang dan ikan tongkol akan naik. Selama penelitian berlangsung harga jual rata-rata di PPI Selili yakni Rp 15.000,00 – Rp 20.000,00 dan harga jual rata-rata dari pedagang pengecer berkisar antara Rp 20.000,00 – Rp 28.000,00.

B. Biaya- Biaya Usaha Pemasaran

1. Biaya Investasi

Biaya investasi yang dikeluarkan oleh penyambang yang meliputi kapal, mesin, lampu dan peti/box ikan sejumlah Rp 1.507.173.000,00/tahun atau rata-rata Rp 251.195.500,00/tahun. Untuk biaya investasi yang dikeluarkan oleh agen yang meliputi mobil/sepeda motor, peti/box ikan dan timbangan yang berjumlah Rp 2.532.910.000,00/tahun atau rata-rata berjumlah Rp 422.151.667,00/tahun. Dan untuk biaya investasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yang meliputi peti/box ikan, basket, timbangan, pisau, talenan dan batu asah ialah sejumlah Rp 873.420.000,00/tahun atau rata-rata berjumlah Rp 72.785.000,00/tahun. Alat-alat tersebut merupakan instrumen penting dalam menjalankan usaha pemasaran ikan.

2. Biaya Operasional Meliputi Biaya Tetap dan Biaya Tidak Tetap

a. Biaya Tetap

Biaya tetap ialah biaya yang dikeluarkan oleh para pelaku kegiatan pemasaran meliputi biaya penyusutan yang berasal dari modal yang tidak habis dipakai dalam 1x proses produksi dan biaya pemeliharaan. Biaya penyusutan diperoleh dengan cara perkalian antara harga barang dan jumlah (unit) dibagi umur teknis. Besarnya biaya penyusutan yang dikeluarkan penyambang ialah Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh penyambang sebesar Rp 493.961.505,00/tahun atau rata-rata sebesar Rp 82.326.918,00/tahun. Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan agen ialah Rp 613.255.000/tahun atau rata-rata ialah sebesar Rp 102.209.167,00/tahun.

Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan pedagang pengecer ialah Rp 962.160.000,00/tahun atau rata-rata ialah sebesar Rp 32.072.000,00/tahun. Secara rinci dapat dilihat pada lampiran.

b. Biaya Tidak Tetap

Biaya tidak tetap ialah semua biaya yang berhubungan dengan besar kecilnya usaha. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh penyambang untuk membeli es batu, Bahan Bakar Minyak, Konsumsi dan Upah Tenaga Kerja. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan agen ialah biaya bahan bakar, es batu, konsumsi dan upah tenaga kerja. Sedangkan biaya tidak tetap yang dikeluarkan pedagang pengecer ialah untuk membiayai pembelian es batu, tas plastik, konsumsi, transportasi dan upah tenaga kerja. Besarnya biaya tetap yang dikeluarkan penyambang ialah Rp 101.850.000,00/tahun atau rata-rata per responden sebesar Rp 16.975.000,00/tahun. Jumlah biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh agen ialah Rp 83.250.000,00/tahun atau rata-rata per responden ialah sebesar Rp 13.875.000,00/tahun. Dan jumlah biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer Rp 961.638.000,00/tahun atau rata-rata per responden ialah sebesar Rp 32.054.600,00/tahun.

C. Penerimaan dan Pendapatan

1. Penerimaan

Penerimaan didapat dari hasil perkalian antara jumlah volume penjualan ikan dengan harga jual ikan. Dari hasil wawancara dan perhitungan telah dapat diketahui jika penerimaan yang diperoleh penyambang sebesar Rp 180.000.000,00/trip atau rata-rata per responden sebesar Rp 30.000.000,00/trip, agen sebesar Rp 147.366.667,00/bulan atau rata-rata per responden sebesar Rp 24.561.111,00/bulan dan pedagang pengecer sebesar Rp 299.967.000,00/bulan atau rata-rata per responden sebesar Rp 9.998.900,00/bulan.

2. Pendapatan

Pendapatan didapat dari hasil pengurangan penerimaan dari hasil penjualan dikurangi dengan total biaya usaha pemasaran ikan. Apapun pendapatan yang diperoleh oleh penyambang yaitu Rp 107.060.583,00/trip atau rata-rata per responden sebesar Rp 17.843.431,00/trip, pendapatan yang diperoleh pedagang besar (agen) ialah Rp 78.307.917,00/bulan atau rata-rata per responden sebesar Rp 13.051.319,00/bulan dan pendapatan yang diperoleh pedagang pengecer ialah Rp 166.969.500,00/bulan atau rata-rata per responden sebesar Rp 5.565.650,00/bulan.

D. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran hasil perikanan laut ikan layang dan ikan tongkol yang terdapat di PPI Selili adalah saluran pemasaran 3 tingkat yang melibatkan 3 pedagang perantara untuk dapat menyampaikan hasil produksinya ke konsumen. Hasil perikanan laut ikan layang dan ikan tongkol berasal dari Nelayan di daerah Sulawesi Barat kemudian pedagang pengumpul (penyambang) membeli hasil perikanan ini ke mereka melalui laut dengan menggunakan kapal. Setelah itu dari pedagang pengumpul (penyambang) ini mereka kemudian membawa hasil perikanan laut yang telah dibeli dari nelayan ke Pusat Pendaratan Ikan (PPI) Selili Kota Samarinda. Kemudian penyambang/pedagang pengumpul menjual hasil perikanan laut tersebut ke pedagang besar (agen) setelah itu pedagang pengecer membeli hasil perikanan laut tersebut ke agen pedagang besar. Dari pedagang pengecer inilah hasil perikanan laut ikan layang dan ikan tongkol ini didistribusikan ke pasar-pasar tradisional dan pasar modern, restoran, rumah makan dan konsumen rumah tangga (konsumen akhir). Adapun saluran distribusi pemasaran hasil perikanan laut ikan layang dan ikan tongkol yang terjadi di Pusat Pendaratan Ikan (PPI) Selili Kota Samarinda ialah sebagai berikut:

Nelayan → Pedagang Pengumpul (Penyambang) → Agen → Pengecer → Konsumen

KESIMPULAN

1. Penerimaan yang diperoleh penyambang sebesar Rp 180.000.000,00/trip atau rata-rata sebesar Rp 30.000.000,00/trip, pedagang besar memperoleh penerimaan sebesar Rp 147.366.667,00/bulan atau rata-rata sebesar Rp 24.561.111,00/bulan dan pedagang pengecer memperoleh penerimaan sebesar Rp 299.967.000,00/bulan atau rata-rata sebesar Rp 9.998.900,00/bulan.
2. Pendapatan yang diterima oleh penyambang berjumlah Rp 107.060.583,00/trip atau rata-rata sebesar Rp 17.843.431,00/trip, pendapatan yang diperoleh pedagang besar (agen) berjumlah Rp 78.307.917,00/bulan atau rata-rata sebesar Rp 13.051.319,00/bulan dan pendapatan yang diperoleh pedagang pengecer berjumlah Rp 166.969.500,00/bulan atau rata-rata sebesar Rp 5.565.650,00/bulan.
 - Penyambang memperoleh margin untuk ikan layang Rp 4.500,00 dan ikan tongkol Rp 5.333,00. Pedagang besar (agen) memperoleh margin sebesar untuk ikan layang Rp 4.000,00 dan ikan tongkol Rp 4.166,00. Pedagang pengecer memperoleh margin untuk ikan layang sebesar Rp 4.566,00 dan ikan tongkol sebesar Rp 7.366,00.
 - Efisiensi Pemasaran ikan layang sebesar 58 % dan ikan tongkol sebesar 56 %.
 - Saluran pemasaran yang terdapat di PPI Selili adalah saluran pemasaran 3 tingkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Samarinda, 2012. Kota Samarinda Dalam Angka. Badan Pusat Statistik, Samarinda. Provinsi Kalimantan Timur.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Samarinda, 2012. Laporan Tahunan Dinas Perikanan dan Kelautan. Dinas Perikanan dan Kelautan Kota Samarinda. Provinsi Kalimantan Timur, Samarinda.
- Nasution. 2003. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Erlangga. Jakarta.
- Singarimbun. M dan S. Efendi. 1989. Metode Penelitian Survei. LP3S. Jakarta.