

ANALISIS PEMASARAN TERASI UDANG DI KELURAHAN BONTANG KUALA KOTA BONTANG

The Marketing Analysis of Shrimp Paste in Bontang Kuala Urban Village, Bontang City

Marsalia Mawarda¹⁾, Muhamad Syafril²⁾, Hj. Elly Purnamasari²⁾

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, Indonesia

Email: marsaliawarda@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed at knowing the pattern in the marketing channel, marketing margin, marketing efficiency, and the profit earned by the shrimp paste processors in Bontang Kuala Urban Village, Bontang city. The sampling method used here was the census method and Snowball Sampling method with a total sample of 10 people. The result of this study showed that there was a pattern in the marketing channel of shrimp paste in Bontang Kuala Urban Village. The marketing channel consisted of two types, namely, first, a zero-level marketing channel that was from producer to consumer and, second, a level-one marketing channel that was from producer to retailer and then to the consumer. The marketing margin for the processor of shrimp paste business in big round shape was IDR. 4.489/pkg (40 gram), shrimp paste in medium round shape was IDR 5,933/pkg (40 gram), shrimp paste in small round shape was IDR 2,500/pkg (20 gram) and in a cake mold size was IDR 2.500/pkg (20 gram). The efficiency value of marketing by 4 paste of every pack shrimp paste each is in the range of 70%-95%. The business of shrimp paste marketing process is in the efficient category (efficiency value>50%). The profit that was earned was IDR 3,301,805/Month/Respondent.

Keyword : Marketing, Profit, Shrimp paste

PENDAHULUAN

Kota Bontang merupakan satu di antara kota yang berada di Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki luas wilayah laut 34.977 Ha dan luas wilayah daratan 14.780 Ha, yang dimana luas perairan Kota Bontang sebesar 70,3 % dari luas Kota Bontang Sendiri. Kota bontang memiliki 3 kecamatan yaitu Kecamatan Bontang Barat, Kecamatan Bontang Utara dan Kecamatan Bontang Selatan. (Badan Pusat Statistik Kota Bontang, 2018).

Sebagian besar masyarakat Bontang Kuala bermata pencaharian pada sektor perikanan seperti nelayan, pembudidaya, pengolah hasil perikanan. Masyarakat setempat memanfaatkan hasil perikanan untuk dijadikan olahan dan pengawetan seperti terasi udang, rumput laut kering, manisan rumput laut, udang rebon (udang papai) dan ikan asin. Usaha

pengolahan terasi merupakan satu di antara usaha di bidang perikanan yang ditekuni oleh masyarakat Bontang Kuala dan mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan mereka.

Aspek pemasaran memegang peranan penting didalam menghasilkan penerimaan dan keuntungan yang cukup tinggi bagi pengolah terasi udang. Usaha pemasaran olahan terasi udang yang dihasilkan oleh masyarakat setempat merupakan aktivitas ekonomi yang sudah berjalan cukup lama di Kelurahan Bontang Kuala Kota Bontang namun demikian belum dapat diketahui aktivitas pemasaran produk dan kinerja ekonomi pengolah terasi udang tersebut. Peneliti ingin melihat seberapa efisien pemasaran terasi udang yang ada di Kelurahan Bontang Kuala dengan melalui rantai pemasaran dan pendapatan yang di peroleh pengolah terasi udang dalam menjalankan usaha tersebut, oleh karenanya peneliti ingin mengangkat permasalahan ini dengan judul “Analisis Saluran Pemasaran Terasi Udang di Kelurahan Bontang Kuala Kota Bontang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan keuntungan yang di peroleh pengolah terasi udang di Kelurahan Bontang Kuala Kota Bontang.

METODE PENELITIAN

Metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah metode survei Metode survei adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan di dalam suatu daerah lokasi tertentu (Daniel, 2002). Metode pengambilan sampel menggunakan metode sensus dan metode bola salju (*Snawball Sampling*). Hasil observasi lapangan diketahui populasi pengolah terasi udang sebanyak 10 pengolah terasi

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui aspek kinerja pemasaran dan kinerja ekonomi di Kelurahan Bontang Kuala menggunakan analisis berikut :

1. Analisis Kinerja Pemasaran

a) Pola Saluran Pemasaran

Kotler (2009) menjelaskan bahwa bentuk saluran pemasaran dapat ditentukan dengan menggunakan pedagang perantara yang terlibat, diantaranya :

Tingkat Nol : Produsen → Konsumen

Tingkat Satu : Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen

Tingkat Dua : Produsen → Agen → Pedagang Pengecer
→ Konsumen

Tingkat Tiga : Produsen → Pedagang Pengumpul → Agen
→ Pedagang Pengecer → Konsumen

b) Margin Pemasaran

Untuk mengetahui margin pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan rumus (Hanafiah dan saefuddin, 2010):

$$M = H_p - H_b$$

Keterangan :

M :Margin Pemasaran di tiap lembaga (Rp/Kg)

H_p :Harga Penjualan (Rp/Kg)

H_b :Harga Pembelian (Rp/Kg)

c) Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut (Hanafiah dan saefuddin, 2010) :

$$Ep = \frac{HP}{HB} \times 100\%$$

Keterangan :

Ep : Efisiensi Pemasaran %

HP : Harga Pada Produsen Per Satuan Barang (Rp/Bungkus)

HB : Harga Eceran Per Satuan Barang (Rp/Bungkus)

Kriteria : jika nilai efisein <50% dapat dikatakan maka usaha tersebut tidak efisien . Jika nila efisien >50% dapatkan dikatakan usaha tersebut efisien.

2. Aspek Kinerja ekonomi

a) Total Biaya

Soekartawi (2016) menjelaskan bahwa menghitung total biaya dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

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

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

TVC (*Total Variabel Cost*): Total Biaya Variabel (Rp/Bln)

b) Penerimaan (*Total Revenue*)

Soekartawi (2016) menjelaskan untuk mendapatkan penerimaan dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

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

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

Q (*Quantity*) : Jumlah Produk yang dijual (Kg/Bln)

c) Keuntungan (π)

Soekartawi (2016) menjelaskan bahwa menghitung keuntungan dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π : Keuntungan (Rp/Bln)

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

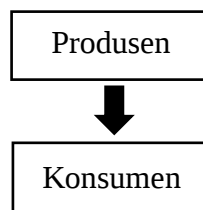
TC (*Total Cost*) : Total Biaya (Rp/Bln)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Kinerja Pemasaran

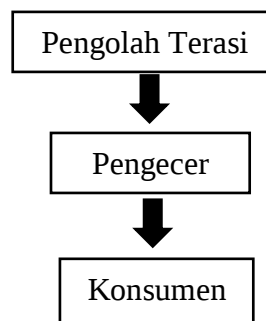
1. Pola Pemasaran

Pemasaran terasi udang di Kelurahan Bontang Kuala terdapat dua tingkat saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat nol dan tingkat nol. Saluran pemasaran tingkat nol dimana produsen langsung memasarkan produk mereka langsung kepada tangan konsumen. pada saluran pemasaran tingkat nol ini produsen memasarkan terasi udang di depan rumah saja dan menjualnya kepada konsumen tidak langsung seperti rumah makan si bolang, cafe kapal dan lain-lain.



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Terasi Udang Tingkat Nol

Saluran pemasaran terasi tingkat satu ini melibatkan pedagang perantara dalam menyalurkan terasi tersebut kepada pihak konsumen. Pedagang perantara yang terlibat dalam menyalurkan terasi udang tersebut seperti para penjual di terminal Bontang kuala dan di pasar rawa indah Kota Bontang.



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Terasi Udang Tingkat Satu

2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga antara produsen dengan lembaga pemasaran. Usaha pengolahan terasi udang ini hanya memiliki satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer. Secara rinci dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Margin Usaha Pengolahan Terasi Udang di Kelurahan Bontang Kuala

No	Uraian Biaya	Lembaga Pemasaran	Harga beli (Rp/bks)	Harga Jual (Rp/bks)	Margin Pemasaran (Rp/bks)
1	Terasi Bulat Besar	Pengecer	18,011	22,500	4,489
2	Terasi Bulat Sedang	Pengecer	14,067	20,000	5,933
3	Terasi Bulat Kecil	Pengecer	7,500	10,000	2,500
4	Terasi Cetakan Kue	Pengecer	22,500	25,000	2,500

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

3. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi tata niaga merupakan hasil pembagian dari harga produk pada produsen dengan harga produk pada lembaga pemasaran. efisiensi tataniaga pada setiap indikator melebihi 50% dimana jika melebihi 50% maka pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien. Secara rinci dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Efisiensi Pemasaran Usaha Pengolahan Terasi Udang di Kelurahan Bontang Kuala

No	Uraian Biaya	Harga Rata-Rata Produsen (Rp/Bungkus)	Harga Rata-Rata Pengecer (Rp/Bungkus)	Efisien (%)
1	Terasi Bulat Besar	18.011	22.500	80
2	Terasi Bulat Sedang	14.067	20.000	70
3	Terasi Bulat Kecil	7.500	10.000	75
4	Terasi Cetakan Kue	22.500	25.000	90

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Aspek Kinerja Ekonomi

1. Produksi

Biaya Investasi merupakan biaya awal yang dikeluarkan saat menjalankan usaha yaitu pada tahun pertama usaha, dimana jumlahnya relative besar dan tidak dapat habis dalam satu kali periode produksi. (Khotimah dkk, 2014). Biaya investasi yang dikeluarkan untuk barang modal seperti alat lesung, alu, cetakan terasi, tempat jemur terasi, baskom, sendok, tampih

dan barang modal lainnya. Biaya investasi yang dikeluarkan rata-rata pengolah terasi udang sebesar Rp. 484.500/Responden. Biaya operasional meliputi biaya tetap dan biaya variable. Jumlah biaya variable tergantung pada volume penjualan atau proses produksi, jadi mengikuti peningkatan atau penurunannya, sedangkan biaya tetap selalu konstan meskipun volume penjualan produksi meningkat atau turun (Supriyono, 2004). Biaya tetap yang dikeluarkan para pengolah terasi udang sebesar Rp. 29.216/Bulan/Responden, biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan dan biaya perawatan. Biaya penyusutan merupakan biaya pengurangan barang modal yang dipakai secara berkala. Barang modal yang digunakan setiap produksinya mengalami pengurangan biaya dikarenakan pemakaian secara terus menerus sehingga barang modal tersebut menjadi usang. Biaya penyusutan yang dikeluarkan oleh pengolah terasi udang sebesar Rp. 6.016/Bulan/Responden. Biaya perawatan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memelihara suatu barang agar barang tersebut dapat digunakan secara terus-menerus. Biaya perawatan yang dikeluarkan pengolah terasi udang yaitu tempat jamur terasi udang. Biaya perawatan yang dikeluarkan oleh keseluruhan pengolah terasi udang sebesar Rp. 23.200/Bulan/Responden. Biaya tidak tetap merupakan semua biaya yang dikeluarkan pengolah terasi udang dalam pembuatan terasi udang yang berpengaruh dalam besar kecilnya suatu produksi. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan pengolah terasi udang berupa udang rebon, garam, bensin dan upah. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh pengolah terasi udang secara keseluruhan sebesar Rp. 1.422.000/bulan/responden. Total biaya produksi merupakan total biaya yang dikeluarkan oleh pengolah terasi udang pada saat pembuatan terasi secara keseluruhan. Total biaya produksi ialah penjumlahan biaya tetap dan biaya tidak tetap yang dikeluarkan oleh pengolah terasi udang. Total biaya produksi yang dikeluarkan pengolah terasi udang sebesar Rp. 1.451.216/bulan/responden.

Tabel 3. Rekapitulasi Biaya Produksi Pengolah Terasi Udang di Kelurahan Bontang Kuala.

No	Rincian	Jumlah Biaya (Rp/Bulan)	Rata-Rata (Rp/Bulan)
A	Biaya Investasi	4,188,723	418,872
B	Biaya Operasional		
1	Biaya tetap		
a	Penyusutan	60,164	6,016

No	Rincian	Jumlah Biaya (Rp/Bulan)	Rata-Rata (Rp/Bulan)
b	Perawatan	232,000	23,200
2	Biaya Tidak tetap	14,220,000	1,422,000
C	Total Biaya Produksi	14,512,164	1,451,216
	Jumlah	33,213,051	3,321,305

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

2. Pemasaran.

Tabel 4. Rekapitulasi Biaya Pemasaran Pengolah Terasi Udang di Kelurahan Bontang Kuala.

No	Rincian	Jumlah Biaya (Rp/Bulan)	Rata-Rata (Rp/Bulan)
A	Biaya Investasi	129,100,000	12,910,000
B	Biaya Operasional		
1	Biaya tetap		
a	Penyusutan	1,909,973	190,997
b	Perawatan	1,500,000	150,000
2	Biaya Tidak tetap	778,750	77,875
C	Total Biaya Produksi	4,188,723	418,872
	Jumlah	137,477,445	13,747,745

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan pada awal memulai usaha. Biaya investasi yang dikeluarkan oleh pengolah terasi udang secara keseluruhan sebesar Rp. 12.910.000/Responden. Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan secara rutin setiap bulannya dalam menjalankan usaha, biaya operasional terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap yang dikeluarkan pengolah terasi udang sebesar Rp. 340.997/Bulan/Responden, yang dimana biaya penyusutan yang dikeluarkan pengolah terasi udang sebesar Rp. 190.997/Bulan/Responden dan biaya perawatan yang dikeluarkan responden sebesar Rp. 150.000/Bulan/Responden. Biaya tidak tetap merupakan semua biaya yang dikeluarkan pada saat proses pembuatan terasi udang. Biaya tidak tetap berpengaruh dengan besar kecilnya produksi yang dihasilkan. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan yaitu plastik, tempat plastik (bowl), label, kardus, bensin dan pulsa. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan pengolah terasi udang sebesar Rp. 77.875bulan/Responden. Total biaya pemasaran merupakan total penjumlahan dari biaya tetap pemasaran dan biaya tidak tetap

pemasaran. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengolah terasi udang sebesar Rp. 418.872/bulan/responden

Penerimaan dan Keuntungan

Penerimaan yang diperoleh pengolah terasi udang sebesar Rp. 5.595.000/bulan/responden. Hasil Produksi olahan terasi udang sebesar 2.130/Kg/Bulan atau rata-rata peresponden sebesar 213/Kg/Bulan. Keuntungan merupakan pendapatan bersih yang diterima oleh pengolah terasi udang, yang dimana hasil dari pengurangan biaya penerimaan dengan total biaya. Keuntungan yang diperoleh pengolah terasi udang sebesar Rp. 3.301.805/bulan/responden. Adapun perincian biaya penerimaan dan keuntungan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5. Rekapitulasi Biaya Penerimaan dan Keuntungan Usaha Pengolahan

No	Uraian biaya	Total (Rp/Bulan)	Rata-Rata (Rp/Bulan/Responden)
1	Penerimaan	43,820,000	4,382,000
2	Keuntungan	37,219,113	3,721,911

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Permasalahan Yang di Hadapi

Menjalankan suatu usaha tidaklah mudah dimana dalam menjalankan usaha pasti ada pasang surutnya atau adanya suatu masalah yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Masalah dalam usaha merupakan salah satu penghambat untuk menjalankan usaha dengan adanya masalah yang mereka hadapi, pelaku usaha harus membuat jalan alternatif untuk menghadapinya agar usaha mereka tidak usaha yang mereka jalankan tidak berhenti begitu saja.

Pengolah terasi udang dalam menjalankan usahanya menghadapi beberapa masalah dalam proses pembuatan terasi udang. Adapun permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

1. Bahan baku

Udang rebon yang menjadi bahan baku pembuatan terasi udang ini menjadi satu di antara masalah yang dihadapi pengolah terasi udang karena udang rebon yang di tangkap oleh nelayan tidak selalu ada stocknya.

2. Cuaca

Cuaca merupakan satu di antara faktor penunjang pembuatan terasi udang. pengolah terasi udang mengatakan bahwa faktor cuaca yang tidak menentu membuat pengolah terasi udang kesulitan untuk melakukan proses penjemuran terasi udang yang masih basah tersebut. Terasi udang di jemur dengan 3 hari sampai dengan 5 hari jika cuaca cerah, namun sebaliknya jika cuaca tidak mendukung atau hujan para pengolah kesulitan untuk melakukan penjemuran terasi udang, yang biasanya proses penjemuranya tidak melebihi 7 hari.

KESIMPULAN

1. Pola saluran pemasaran terasi udang di Kelurahan Bontang Kuala terdiri dari dua saluran pemasaran yang pertama tingkat nol, yaitu dari produsen ke konsumen dan saluran pemasaran tingkat satu yaitu, dari produsen ke pedagang pengecer lalu ke konsumen. Margin pemasaran usaha pengolah terasi udang bulat besar sebesar Rp. 4.89/bks (40 gram), terasi bulat sedang sebesar Rp. 5.933/bks (40 gram), bulat kecil sebesar Rp. 2.500/bks (20 gram) dan cetakan kue sebesar Rp. 2.500/bks (20 gram). Proses pemasaran usaha terasi udang ini efisien karena nilai efisiennya >50% yaitu, terasi bulat besar sebesar 80%, terasi bulat sedang 70%, terasi bulat kecil dan cetakan kue sebesar 95%.
2. Usaha pengolah terasi udang di Kelurahan Bontang Kuala mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 3.301.805/Bulan/Responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2018. Kota Bontang Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kota Bontang.
- Daniel, M. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Soekartawi. 2016. Analisis Usahatani. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Hanafiah, H, M dan Saefuddin, A M. 2010. Tata Niaga Hasil Perikanan. UI Press. Jakarta.

Khotimah, H dan Sutiono. 2014. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Budidaya Bambu. Jurnal Ilmu Kelautan. Vol 8. No 1.

Kotler, P. 2009. Manajemen Pemasaran. Erlangga. Jakarta.