

Pemasaran Ikan Segar di TPI Tanjung Limau Kecamatan Bontang Utara Kota Bontang

Destry Astuti¹⁾, Elly Purnamasari²⁾, Muhammad Syafril²⁾

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: destryastuti0897@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the form of marketing channels and institutions for fresh fish in Layang (*Decapterus sp*), Tongkol (*Euthynnus affinis*), Skipjack fish (*Katsuwonus pelamis*) and Tembang fish (*Sardinella fimbriata*) at TPI Tanjung Limau Bontang. The results of this study indicate that the form of marketing channels for fresh fish in Layang (*Decapterus sp*), Tongkol (*Euthynnus affinis*), Skipjack fish (*Katsuwonus pelamis*) and Tembang fish (*Sardinella fimbriata*) at TPI Tanjung Limau Bontang is a level I and level 2 marketing channel. The marketing analysis obtained at the first level of marketing channels is Tongkol (67.44%), kite (65.96%), Cakalang (71.05%), and Tembang (68.42%). Meanwhile, the second level marketing channels are Cob (51.79%), Layang (58.65%), skipjack (52.88%) and Tembang (50.52%). The whole business can be said to be efficient to run, because the percentage value of the price received by fishermen is above 50%, and the income earned by all fishermen of Bagan Rambo is Rp. 55,987,781/month and purse seine is Rp. 26,200,409/month. The catch fishery business of Bagan Rambo and Purse Seine is said to be economically feasible with RCR value of Rambo Chart 2.09 and RCR value of Purse Seine 1.32*

PENDAHULUAN

Wilayah bagian Kalimantan Timur yang memiliki potensi perairan cukup besar adalah Kota Bontang. Kota Bontang terbagi menjadi tiga kecamatan, yaitu Kecamatan Bontang Selatan, Bontang Utara, dan Bontang Barat. Luas Kota Bontang mencapai 497,57 Km², dengan luas wilayah didominasi wilayah perairan, dan luas wilayah daratan sementara adalah 29%. Luas daratan terbesar terletak di Kecamatan Bontang Selatan yang berkisar 70,6% dari dari luas wilayah daratan Kota Bontang (Badan Pusat Statistik Kota Bontang, 2021).

Tanjung Limau adalah satu diantara wilayah pada Kelurahan Bontang Baru Kecamatan Bontang Utara yang dihuni oleh mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai nelayan. Wilayah Tanjung Limau memiliki 2 pasar ikan yang digunakan masyarakatnya untuk melakukan proses jual beli ikan serta kegiatan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI). PPI adalah tempat untuk nelayan mendaratkan hasil tangkapannya dan menjual hasil tangkapan tersebut kepada pengumpul yang berada di TPI Tanjung Limau.

Perkembangan sektor perikanan memberikan pengaruh terhadap usaha perikanan tangkap setiap tahunnya seperti perubahan jumlah kapal yang didaratkan dan besarnya hasil produksi. Kapal yang berlabuh di PPI Tanjung Limau merupakan kapal dari nelayan lokal dan diluar Kota Bontang yang memiliki ukuran yang bervariasi. Hasil tangkapan yang paling dominan disetiap tahunnya adalah ikan tongkol, ikan cakalang, ikan layang dan ikan tembang. Ikan-ikan tersebut di pasarkan melalui pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer yang berada di wilayah kota Bontang maupun di luar kota Bontang. Ikan segar tersebut langsung dipasarkan baik di dalam atau di luar di TPI Tanjung Limau Kota Bontang.

Menurut Harifuddin dkk (2011), produksi yang tinggi dapat mendorong terlaksananya kegiatan pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Ismail dkk (2008) menambahkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang penting dalam menjalankan usaha perikanan, karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap naik turunnya pendapatan nelayan. Produksi akan sia-sia bila harga rendah, maka pemasaran harus baik dan efisien.

Pemasaran hasil tangkapan tidak terlepas dari peranan lembaga pemasaran dalam menyalurkan ikan hasil tangkapan ke konsumen. Dengan adanya keterlibatan lembaga pemasaran, maka mempengaruhi harga yang diterima para nelayan menjadi lebih rendah. Pada sisi konsumen, harus membayar dengan harga yang tinggi. Perbedaan harga beli dan harga jual antara nelayan dan para pedagang perantara menyebabkan adanya saluran pemasaran yang berbeda-beda.

Alat tangkap adalah alat yang digunakan untuk melakukan penangkapan ikan di perairan sungai atau laut. Berbagai macam alat tangkap yang digunakan untuk menangkap ikan di Kota Bontang adalah bubu, belat, bagan dan purse seine. Alat penangkapan ikan yang banyak digunakan adalah bagan tancap dan purse seine. Mengingat nelayan yang menggunakan alat tangkap tersebut, maka diperlukan penelitian mengenai aspek kinerja dan kelayakan ekonomi usaha penangkapan ikan di TPI Tanjung Limau.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Rizal (2019) tentang “Analisis Pemasaran Hasil Perikanan Laut Ikan Layang (*Decapterus ruselli*) dan Ikan Tongkol (*Euthunnus sp*) di TPI Tanjung Limau Kota Bontang”, menyatakan bahwa saluran pemasaran yang terjadi adalah saluran tingkat 2 dan tingkat 1. Margin pemasaran tertinggi ikan layang sebesar Rp. 8.000/Kg dan yang terendah Rp. 6.000/Kg sedangkan ikan tongkol sebesar Rp.5.000/Kg dan yang terendah sebesar Rp.3.000/Kg. Nilai efisiensi pemasaran ikan layang dan ikan tongkol termasuk kategori efisiensi dengan nilai persentase lebih besar dari 50%.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengetahui saluran pemasaran, margin harga, biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima dari rantai pemasaran, serta kajian ekonomi. Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu terdapat dua jenis yang tidak diteliti oleh penelitian sebelumnya yaitu jenis ikan cakalang dan ikan tembang, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Pemasaran Ikan segar di TPI Tanjung Limau Kecamatan Bontang Utara Kota Bontang”.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UPT. PPI Tanjung Limau berlokasi di Jalan M.H Thamrin Kelurahan Bontang Baru Kecamatan Bontang Utara Kota Bontang, penelitian dimulai pada bulan Februari 2020 hingga April 2020 kemudian dilanjutkan pada bulan Februari 2022 hingga Juni 2022.

Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan hasil survei dapat diketahui bahwa jumlah anggota populasi nelayan yang menggunakan alat tangkap bagan dan purse seine dan mendaratkan ikannya di TPI sebanyak 13 orang.

Metode Pengambilan Sampel

Responden selanjutnya adalah lembaga pemasaran yang melakukan kegiatan pemasaran mulai dari nelayan sampai dengan konsumen akhir. Responden tersebut diketahui dengan cara menanyakan pada responden sebelumnya (nelayan) untuk mengetahui responden tersebut digunakan metode bola salju (*Snowball Sampling Method*). Menurut Sugiyono (2015) *snowball Sampling Method* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian sampel ini diperintahkan untuk memilih teman-temannya sehingga jumlah sampel semakin banyak, jumlah responden lembaga pemasaran akan diketahui saat penelitian dilakukan. Hasil penelitian diperoleh lembaga pemasaran sebanyak 10 orang yang terdiri dari 6 pedagang pengumpul dan 4 pedagang pengecer.

Metode Analisis Data

Data yang di peroleh hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk tabel, kemudian di analisis secara kuantitatif dan kualitatif.

Analisis Saluran dan Lembaga Pemasaran

Analisis saluran dan lembaga pemasaran ini dilakukan dengan menggunakan analisis dengan penjelasan deskriptif.

Biaya Pemasaran

Purba (2018) biaya pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

B_p = Biaya pemasaran

$B_{p1}+B_{p2}+B_{p3}...+ B_{pn}$ = Biaya pemasaran tiap lembaga

Keuntungan Pemasaran

Kusuma (2017), keuntungan pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

K_p = Keuntungan pemasaran

$K_{p1}+K_{p2}+K_{p3}...+ K_{pn}$ = Keuntungan pemasaran tiap lembaga

Marjin Pemasaran

Abidin dkk (2017), marjin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$MP = P_r - P_f$$

Keterangan:

MP = Marjin pemasaran

P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

P_f = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Efisiensi Pemasaran

Kohl dan Uhl *dalam* Abidin, dkk (2017) *Farmer's share* dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut::

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Fs = *Farmer's share* (%)

Pf = Harga ditingkat produsen (nelayan) (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

Rahim dan Hastuti (2007), bila bagian yang diterima produsen < 50% berarti belum efisien, dan apabila bagian yang diterima produsen > 50% maka dikatakan efisien.

Total Biaya Produksi

Samuelson (2003), biaya variabel adalah biaya yang dipengaruhi oleh kapasitas produksi. dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC (*Total Cost*) = Total biaya

TFC (*Total Fixed Cost*) = Biaya Tetap

TVC (*Total Variabel Cost*) = Biaya Tidak Tetap

Penerimaan

Ekalardiyanti (2014) dalam Tilaar (2019) secara matematis dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR (*Total Revenue*) = Penerimaan Total

P (*Price*) = Harga jual

Q (*Quantity*) = Jumlah produksi

Pendapatan

Putra (2011) dalam Tilaar (2019), secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π (*Income*) = Pendapatan

TR (*Total Revenue*) = Penerimaan Total

TC (*Total Cost*) = Total biaya

Analisis Kelayakan Usaha

Apabila RCR > 1 adalah usaha yang dikelola layak diusahakan, apabila RCR = 1 usaha yang dikelola impas dan apabila RCR < 1 usaha tersebut tidak layak. Rumus yang digunakan (Soekartawi, 2002) adalah sebagai berikut:

$$RCR = TR/TC$$

Keterangan:

RCR (*Revenue Cost Ratio*) = Ratio penerimaan dari produksi

TR (*Total Revenue*) = Jumlah penerimaan

TC (*Total Cost*) = Jumlah Pengeluaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Berdasarkan data dari Kecamatan Bontang Utara Dalam Angka (2021) Kecamatan Bontang Utara merupakan satu di antara tiga kecamatan yang ada di wilayah Kota Bontang yang memiliki luas wilayah 33,03 km² dengan enam kelurahan. Jumlah penduduk Kecamatan Bontang Utara sebanyak 82.121 jiwa, dengan rasio jenis kelamin Penduduk sebesar 108 yang artinya terdapat 108 jiwa penduduk laki laki pada setiap 100 jiwa penduduk perempuan. Adapun Kelurahan yang memiliki paling banyak penduduk nya adalah Kelurahan Lok Tuan, yaitu 21.834 jiwa. Sedangkan Kelurahan yang paling sedikit penduduk yang yang tercatat adalah Kelurahan Bontang Kuala, yaitu

6.860 jiwa (Kecamatan Bontang Utara Dalam Angka, 2021).

Seiring dengan kegiatan pembangunan yang dilakukan oleh berbagai pemerintah dan stakeholder, maka aktivitas di pelabuhan Tanjung Limau lambat laun makin menurun, seperti aktivitas berlabuhnya kapal-kapal barang dari Sulawesi yang berpindah ke Loktuan dan tempat penyeberangan penumpang ke daerah sekitar pesisir Bontang yang terhenti karena jalur transportasi darat telah disediakan oleh pemerintah. Hal ini tentunya juga mempengaruhi berbagai kegiatan perekonomian masyarakat sekitarnya

Pemerintah Kota Bontang mengajukan persetujuan pengoperasian pelabuhan perikanan Tanjung Limau yang disetarakan dengan kelas Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI). Pada tanggal 23 Maret 2007 persetujuan pengoperasian mendapat persetujuan dari Menteri Kelautan dan Perikanan RI. Sejak saat itu, pelabuhan ini mulai dioperasikan di bawah kendali Dinas Perikanan dan Kelautan Kota Bontang.

Saluran dan Lembaga Pemasaran Ikan Segar

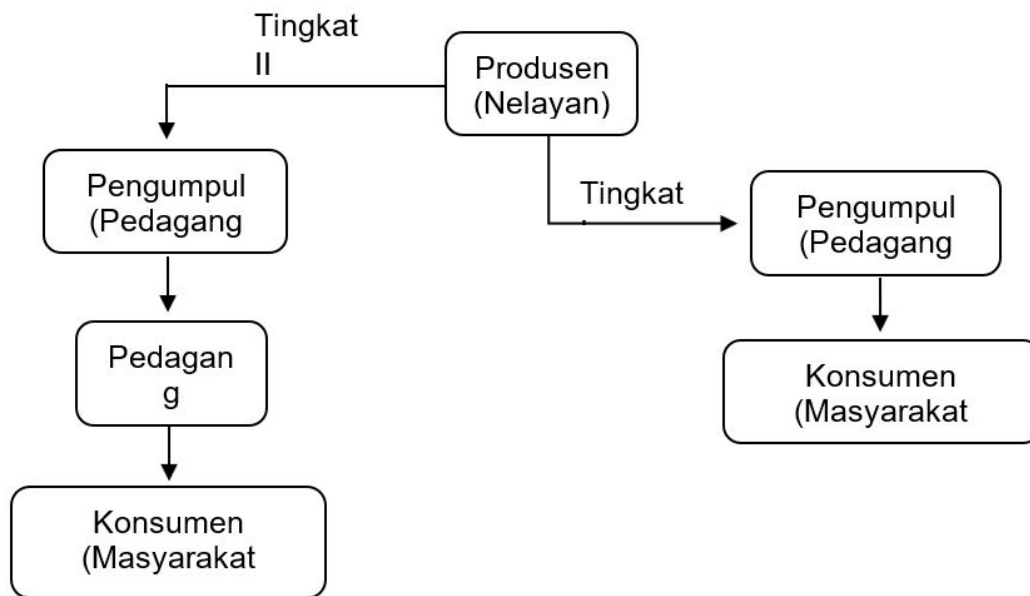
Kegiatan pemasaran nelayan di PPI Tanjung Limau mencakup daerah Kota Bontang, Samarinda, dan Balikpapan, sehingga dengan berbagai cakupan pasar tersebut menciptakan saluran pemasaran. Dalam penelitian ini, cakupan pemasaran yang dilakukan hanya meliputi Kota Bontang. Maka pedagang perantara dan konsumen yang terlibat dalam pemasaran ikan adalah masyarakat sekitar Kota Bontang. Alternatif saluran distribusi atau pemasaran yang terjadi menunjukkan 2 jenis tingkatan yaitu saluran pemasaran tingkat I dan saluran pemasaran tingkat II.

Tabel 1. Persentase Jumlah Nelayan Berdasarkan Saluran Pemasaran

| No | Saluran Pemasaran | Jumlah Nelayan (orang) | Persentase (%) | |
|--------|-------------------|------------------------|----------------|--|
| 1 | Saluran I | 4 | 30,77 | |
| 2 | Saluran II | 9 | 69,23 | |
| Jumlah | | 13 | 100 | |

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Adapun skema pada kegiatan saluran pemasaran sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Skema Saluran pemasaran ikan segar di PPI Tanjung Limau

Sumber: (Data primer yang diolah, 2022)

Analisis Pemasaran Ikan Segar

1. Saluran Pemasaran Tingkat I

Pada saluran distribusi ini produsen menginginkan suatu lembaga lain, maksudnya dalam hal ini produsen bekerja sama dengan pedagang pengumpul untuk menyampaikan hasil perikanan ke konsumen, dimana pengumpul di PPI Tanjung Limau langsung membeli ikan kepada nelayan dengan jumlah rata-rata 500 hingga 1500 kg setiap harinya pada tiap jenis ikan. Setelah membeli ikan dari nelayan, maka pedagang pengumpul langsung menjual ikan-ikan tersebut kepada konsumen perkilonya dengan harga mulai dari Rp.18.000 hingga Rp.25.000.

2. Saluran Pemasaran Tingkat II

Disini nelayan melakukan penjualan dalam jumlah besar pada pedagang pengumpul yang tidak menjual kepada konsumen melainkan ke pedagang

pengecer. Sehingga pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang pengumpul dan pembelian oleh konsumen dilayani oleh pengecer Kota Bon-tang. Rata-rata pembelian ikan dari pedagang pengumpul bervariasi dengan rata-rata 300 hingga 3000 kg setiap harinya pada jenis ikan yang berbeda. Ikan yang dijual berkisar Rp. 18.000 hingga Rp. 23.000 perkilonya.

Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Ikan Segar

1. Usaha Perikanan Tangkap Nelayan Bagan Tancap

Total biaya investasi nelayan bagan tancap sebesar Rp.7.390.413.000 dengan total nilai rata-rata per responden adalah sebesar Rp.1.055.773.286. Nilai total biaya keseluruhan biaya alat tangkap bubu sebesar Rp.317.685.534/bulan atau dengan nilai rata-rata per responden adalah sebesar Rp.45.383.648/bulan. Total penerimaan nelayan dengan alat tangkap bagan tancap adalah sebesar Rp.709.600.000/bulan dengan nilai rata-rata per responden adalah Rp.101.371.429/bulan. Keuntungan yang diperoleh adalah sebesar Rp. 391.914.466/bulan dengan nilai rata-rata per responden sebesar Rp. 55.987.781/bulan. Nilai RCR dari nelayan bagan tancap adalah 2.

2. Usaha Perikanan Tangkap Nelayan Purse Seine

Total biaya investasi nelayan purse seine sebesar Rp.6.594.430.000 dengan total nilai rata-rata per responden adalah sebesar Rp.1.099.071.667. Nilai total biaya keseluruhan biaya alat tangkap purse seine sebesar Rp.471.817.548/bulan atau dengan nilai rata-rata per responden adalah sebesar Rp.78.636.258/bulan. Total penerimaan nelayan dengan alat tangkap purse seine adalah sebesar Rp.629.020.000/bulan dengan nilai rata-rata per responden adalah Rp.104.836.667/bulan. Keuntungan yang diperoleh adalah sebesar Rp. 157.202.452/bulan dengan nilai rata-rata per responden sebesar Rp.26.200.409/bulan. Nilai RCR dari nelayan bagan tancap adalah 1.

Kendala Yang Dihadapi Nelayan

Kendala yang dihadapi nelayan adalah perubahan cuaca atau cuaca yang tidak menentu, solusi yang dilakukan saat ini adalah mengandalkan catatan

tertulis milik PPI Tanjung Limau untuk mengetahui perkiraan cuaca. Selain itu kurangnya modal Masalah-masalah yang dihadapi nelayan *purse seine* adalah kurangnya modal untuk memenuhi kinerja nelayan. Oleh sebab itu, untuk memulai usaha penangkapan namun modalnya kurang maka para nelayan biasanya berutang ke pengepul. Selanjutnya harga jual ikan, semakin luas jarak pemasarannya, maka harga jual semakin tinggi. Kondisi tersebut mempengaruhi pendapatan nelayan dan pedagang perantara. Setelah itu ada bahan bakar minyak, ketersediaan bahan bakar minyak yang kurang dan relatif harga yang tinggi menyebabkan nelayan terkadang menaikkan harga jual yang telah disesuaikan dengan modal membeli bahan bakar minyak yang dikeluarkan. Kerusakan kapal dan alat tangkap dan infrastruktur dermaga yang sempit sehingga kapal sering bertabrakan satu sama lain.

KESIMPULAN

1. Bentuk saluran pemasaran ikan segar pada ikan Layang (*Decapterus sp*), ikan Tongkol (*Euthynnus affinis*), ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) dan ikan Tembang (*Sardinella fimbriata*) di TPI Tanjung Limau Bontang adalah saluran pemasaran tingkat I dan tingkat 2.
2. Analisis pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran tingkat I adalah Tongkol (67,44%), layang (65,96%), Cakalang (71,05%), dan Tembang (68,42%). Sedangkan saluran pemasaran tingkat II adalah Tongkol (51,79%), Layang (58,65%), cakalang (52,88%), dan Tembang (50,52%). Keseluruhan usaha dapat dikatakan efisiensi untuk dijalankan, karena nilai persentase harga yang diterima nelayan diatas 50%.
3. Pendapatan yang diperoleh seluruh nelayan bagan rambo adalah Rp.55.987.781/bulan dan dan *purse seine* adalah Rp. 26.200.409/bulan. Usaha perikanan tangkap bagan rambo dan *purse seine* di katakan layak secara ekonomi dengan nilai RCR bagan rambo 2,09 dan nilai RCR *purse seine* 1,32

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Zainal, Nuddin Harahab, Lina Asmarawati. 2017. Pemasaran Hasil Perikanan. UB Press. Malang
- Badan Pusat Statistik, 2021. Kecamatan Bontang Utara Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kota Bontang
- Badan Pusat Statistik, 2021. Kota Bontang Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kota Bontang
- Ismail G., S. Supardi, dan S. Wahyuningsih. 2008. Analysis Efficiency Marketing System of Fresh Layang Fish (*Decapterus russeli*) on Pelabuhan Fish Auction Place in Tegal City. Jurnal MEDIAGRO 39 Vol. 4 No. 2
- Kusuma, 2017. Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina Di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Almuslim. (Tidak Untuk Dipublikasikan).Aceh
- Purba, S.F., 2018. Analisis Pemasaran Ikan Mas (*Cyprinus Carpio*) (Studi Kasus: Desa Lau Barus, Kecamatan S.T.M Hilir, Kabupaten Deli Serdang). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. (Tidak untuk dipublikasikan). Medan.
- Rahim dan Hastuti DRW. 2007. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rizal, M., 2019. Analisis Pemasaran Hasil Perikanan Laut Ikan Layang (*Decapterus ruselli*) dan Ikan Tongkol (*Euthunnus sp*) di TPI Tanjung Lima Kota Bontang. Skripsi. Universitas Mulawarman. (Tidak Untuk Dipublikasikan).Samarinda
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi. PT. Raja Grafindo Parsada. Jakarta.
- Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B. Bandung: Alfabeta.
- Tilaar, T.S.A., 2019. Analisis Pendapatan Nelayan Kepiting Bakau (*Scylla Ser-rata*) Di Kecamatan Singkil Dan Kecamatan Kuala Baru. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. (Tidak Untuk Dipublikasikan). Medan.