

SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN PRODUK IKAN ASAP DI KABUPATEN FAKFAK

MARKETING CHANNELS AND MARGINS OF SMOKED FISH PRODUCTS IN FAKFAK DISTRICT

Muh Haidir Hakim

Politeknik Negeri Fakfak

*Penulis korespondensi: haidirhakim13@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is an archipelagic country that has potential for Indonesian marine waters in the form of fish with high economic value, including tuna, skipjack, shrimp, tuna, mackerel, snapper, squid and others. One of the regions of Indonesia, namely West Papua Province, is a region that has wide seas and opportunities for the development of the fisheries sector. Seeing the many promising potentials of fisheries, people should be able to utilize fish in a product that has economic value. One of the fish products is smoked fish, one of the districts in West Papua that have producers of smoked fish is Fakfak Regency. The aim of this study was to determine the marketing channel for smoked fish in Kapartutin village, Fakfak Regency and to determine the margin costs for smoked fish in Kapartutin village, Fakfak Regency. The method used in this research is qualitative research with a descriptive method. The results of this research show that the marketing channel in Kapartutin village consists of 3 marketing channels, i.e. zero level marketing channels, from producers to consumers, level 1 marketing channels, producers buy from fishermen and then sell to retailers, then retailers sell to consumers, and level 2 Marketing channels Producers buy fresh fish from fishermen and process it into smoked fish, after which it is sold to catchers, catchers sell to retailers, and retailers sell to consumers. The total margin across all levels of marketing channels is Rp. 8,000.

Keywords: Smoked Fish, Marketing Margins, Marketing Channels.

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi wilayah perairan lautnya kaya dengan sumberdaya. Salah satu wilayah di Indonesia yakni Provinsi Papua Barat, wilayah yang memiliki laut luas serta berpeluang untuk di kembangkannya sektor perikanan. Melihat banyaknya potensi perikanan yang sangat menjanjikan, membuat masyarakat harus bisa melakukan pemanfaatan ikan menjadi suatu produk yang bernilai ekonomis. Salah satu produk dari hasil perikanan yaitu ikan asap yang berada di Kabupaten Fakfak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran ikan asap di Kampung Kapartutin Kabupaten Fakfak dan untuk mengetahui biaya margin ikan asap di Kampung Kapartutin Kabupaten Fakfak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran di Kampung Kapartutin terdiri dari 3 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat nol dari produsen ke konsumen, saluran pemasaran tingkat 1 produsen membeli dari nelayan kemudian dijual ke pedagang pengecer lalu pedagang pengecer menjual ke konsumen dan saluran pemasaran tingkat 2 produsen membeli ikan segar dari nelayan dan diolah menjadi ikan asap setelah itu dijual kepada pedagang pengumpul, pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer menjual ke konsumen. Jumlah Margin pada semua tingkat saluran pemasaran adalah Rp. 8.000/Ekor.

Kata kunci: Ikan asap, Margin Pemasaran, Saluran Pemasaran.



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara kepulauan terluas di dunia dengan jumlah pulau sebanyak 17.540 dan panjang garis pantai mencapai 104.000 km, total luas laut Indonesia sekitar 3,544 juta km² atau sekitar 70% dari wilayah Indonesia. Wilayah perairan laut Indonesia terdapat ikan bernilai ekonomis tinggi antara lain, tuna, cakalang, udang, tongkol, tenggiri, kakap, cumi- cumi ikan-ikan karang, ikan hias, kerang, dan rumput laut (Andi Sanjaya,2010).

Salah satu wilayah di Indonesia yakni Provinsi Papua Barat memiliki Wilayah laut yang luas dan berpeluang untuk dikembangkannya sektor perikanan. Berdasarkan PDRB berdasarkan harga berlaku Provinsi Papua Barat Tahun 2015 subsektor perikanan menyumbang 5,48%, meningkat dari tahun sebelumnya 5.37%. Hal ini membuktikan bahwa sektor perikanan mampu bertahan menjadi yang tertinggi kontribusinya dalam DPRB di banding dengan subsektor yang lain dalam sektor pertanian.(*Ardha Puspita Sari et all 2019*)

Salah satu Kabupaten yang berperan dalam produksi perikanan tangkapan adalah kabupaten fakfak. Hasil tangkapan nelayan di Kabupaten Fakfak yang terbesar adalah tangkapan ikan cakalang dengan total tangkapan sebesar 404,40 ton. Kemudian tangkapan ikan tuna sebesar 104,05 ton, ikan tongkol sebanyak 6,48 ton, ikan kakap merah sebesar 31,67 ton. dan ikan kerapu sebanyak 1,90 ton. (BPS Fakfak 2021).

Salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh masyarakat fakfak untuk memanfaatkan potensi ikan yang melimpah adalah usaha ikan asap. Hampir disemua kampung yang berada disekitar pesisir memiliki usaha ikan asap. tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha ikan asap di *Fakfak* di antaranya. Pemasaran ikan asap yang hanya dilakukan di pasar tradisional dengan menjual perekor, dijajakan depan toko atau tempat jualan, serta dikemas dengan plastik bening.

Kabupaten Fakfak merupakan salah satu penghasil ikan asap. Pengusaha ikan asap telah melakukan beberapa cara untuk meningkatkan penjualan, akan tetapi penjualan ikan asap belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan pemasaran yang tepat agar mampu lebih optimal. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik mengkaji tentang “Saluran dan Margin Pemasaran Ikan Asap Di Kabupaten Fakfak”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Bagaimana saluran pemasaran ikan Asap di Kabupaten Fakfak?
2. Berapa biaya margin ikan Asap di Kabupaten Fakfak?

Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menjawab permasalahan yang ada pada rumusan permasalahan di atas, yaitu :

1. Untuk mengetahui tipe saluran pemasaran ikan asap di Kabupaten Fakfak.
2. Untuk mengetahui biaya margin ikan asap di Kabupaten Fakfak.

METODE PENELITIAN

Tempat Dan Waktu Penelitian

Daerah penelitian secara purposive sampling (dipilih secara sengaja dengan pertimbangan tertentu) yaitu di Kabupaten Fakfak sebagai lokasi penelitian adalah karena terdapat pembuatan ikan asap. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan juli sampai agustus 2022.

Metode Penentuan Responden

Penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive) di kelurahan kapartutin. Dengan alasan bahwa pada saat penelitian kelurahan kapartutin merupakan tempat pengolahan ikan asap. Sehingga kawasan tersebut dijadikan sebagai daerah penelitian. ada 8 responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.



Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif karena analisis datanya menggunakan bentuk tertulis dan lisan dari informan yang diamati. Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan adanya (Sukardi,2009).

Jenis dan sumber data yang digunakan pada Tugas Akhir ini yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui wawancara. Sumber data primer diperoleh dari pengusaha ikan asap.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain yang sudah ada sebelumnya kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk laporan. Data sekunder bersumber dari internet berupa jurnal, laporan penelitian, serta data dari dinas perikanan dan kelautan Kabupaten Fakkak.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi, dilakukan dengan cara mengamati secara langsung keadaan objek penelitian.
2. Wawancara, dilakukan dengan langsung mendatangi responden dengan mengajukan pertanyaan sesuai pedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.
3. Dokumentasi berupa arsip foto yang digunakan sebagai bukti.
4. Kuesioner, bahan pertanyaan yang dijawab oleh responden untuk memperoleh gambaran mengenai saluran alur rantau pasok serta desain kemasan ikan asap di Kabupaten Fakkak.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan Tugas akhir ini terdiri dari:

1. Analisis saluran pemasaran ;

Menyelesaikan rumusan masalah yang pertama, dengan menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran

2. Analisis margin pemasaran ;

Menjawab rumusan masalah yang kedua, analisis margin digunakan untuk mengukur jumlah keuntungan yang diperoleh masing – masing lembaga pemasaran. Menurut Sudiyono (2002), Besarnya margin pemasaran dilihat dari selisih harga di tingkat pengecer dengan harga di tingkat pedagang. Dengan analisis margin juga dapat diketahui bagian (*share*) yang diterima pedagang. Secara matematis rumus analisis margin adalah :

$$M_p = H_k - H_p$$

M_p = Margin Pemasaran

H_k = Harga ikan asap

H_p = Harga pertama dibeli

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem saluran pemasaran (*marketing channel system*) merupakan sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen. Saluran distribusi yang efektif dan efisien memberikan keunggulan strategi yang penting bagi para anggota organisasi atau saluran-saluran pesaing. Saluran distribusi terdiri dari lembaga atau badan yang saling tergantung dan saling berhubungan, yang berfungsi sebagai suatu sistem atau jaringan, yang bersama - sama berusaha menghasilkan dan mendistribusikan sebuah produk kepada konsumen akhir (Saputra, 2008).

Distribusi ikan asap terbagi menjadi 3 saluran yakni tingkat nol, tingkat 1 dan tingkat 2. Tingkat nol yaitu dari produsen langsung ke konsumen, tingkat 1 yaitu dari produsen disalurkan ke pada pedagang pengumpul, kemudian kepada konsumen. Saluran tingkat 2

yaitu distribusi dari produsen menuju pedangan pengumpul kemudian kepada pedagang pengecer lalu didistribusikan kepada konsumen. Dari penelitian yang dilakukan di Kelurahan Kapartutin terdapat tiga saluran pemasaran

yang dilakukan, adapun saluran pemasaran yang terdapat di Kampung Kapartutin adalah sebagai berikut:

Tipe saluran 0

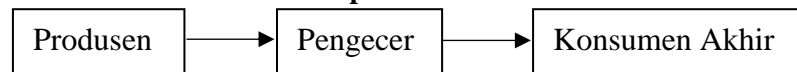


Gambar 1. Tipe Saluran Pemasaran 0

Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran ikan asap di Kampung Kapartutin yaitu pada tipe saluran 0 produsen merangkap sebagai nelayan mengambil hasil tangkapannya sendiri dan ada juga yang membeli dari nelayan

untuk diolah menjadi ikan asap lalu di jual kepada konsumen akhir. Tipe saluran 0 pada saluran pemasaran ini merupakan saluran pemasaran yang paling sederhana.

Tipe Saluran I

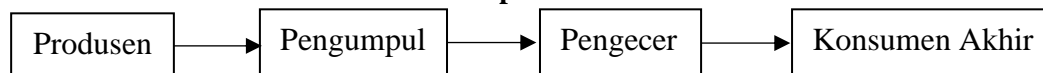


Gambar 2. Tipe Saluran Pemasaran I

Tipe saluran I produsen membeli ikan basah dari nelayan, produsen mengolah ikan basah menjadi ikan asap kemudian produsen

menjual ikan asin kepada pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual kembali ikan asap ke konsumen akhir.

Tipe Saluran II



Gambar 3. Tipe Saluran II

Tipe saluran II, produsen membeli ikan dari nelayan kemudian produsen mengolah ikan segar menjadi ikan asin, setelah diolah produsen menjual ikan asin kepada pedagang pengumpul, pedagang pengumpul menjual ikan asin kepada pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen akhir.

berlakukan oleh produsen ikan asap dan pedagang pengumpul merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan produsen dan pedagang ikan asap. pendek dan panjangnya saluran pemasaran mempengaruhi besarnya margin pemasaran.

a. Tipe saluran 0

Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari pengolah ikan asap (produsen) dan langsung kepada konsumen akhir. Pengolah ikan asap dengan cara mencari atau menangkap ikan sendiri dari laut lalu mengolahnya menjadi ikan asap dengan harga jual langsung kepada konsumen Rp 20.000,-/ekor. Adapun rincian harga dan margin dapat dilihat pada Tabel 1. berikut ini.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen, dimana margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan pada setiap lembaga pemasaran (Delia, 2017). Margin pemasaran merupakan perbedaan harga suatu komoditi tingkat produsen dengan tingkat konsumen. Harga pembelian dan harga penjualan yang di



Tabel 1. Tipe Saluran 0

| Lembaga Pemasaran | Tipe Saluran 0 (Rp/ekor) |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Pengolah ikan asap (Produsen) | |
| - Harga Beli (Hp) | 10.000 |
| - Harga Jual (Hk) | 18.000 |
| - Margin (Mp) | 8.000 |
| Konsumen | |
| - Harga Beli | 18.000 |
| Total Margin | 8.000 |

Sumber : Data diolah tahun 2022

Tipe saluran pemasaran ini, produsen ikan asap memperoleh margin sebesar Rp 8.000,-/ ekor.

b. Tipe saluran I

Lembaga pemasaran di kampung Kapartutin Kabupaten Fakkak yang terlibat adalah Nelayan (penjual ikan), pengolah ikan asap (produsen) dan pedagang pengecer

Tabel 2. Tipe Saluran I

| Lembaga Pemasaran | Tipe Saluran I (Rp/ekor) |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Nelayan | |
| - Harga Jual | 10.000 |
| Pengolah Ikan Asap (produsen) | |
| - Harga Beli (Hp) | 10.000 |
| - Harga Jual (Hk) | 15.000 |
| - Margin (Mp) | 5.000 |
| Pedagang Pengecer | |
| - Harga Beli | 15.000 |
| - Harga Jual | 18.000 |
| - Margin | 3.000 |
| Konsumen | |
| - Harga Beli | 18.000 |
| Total Margin | 8.000 |

Sumber : Data diolah tahun 2022

Tipe saluran pemasaran ini, lembaga pengolahan ikan asin (produsen) di Kelurahan Dulan Pokpok Kabupaten Fakkak memperoleh margin sebesar Rp 15.000,-/kg. Pada tingkat pedagang pengecer sebesar Rp 10.000,-/kg.

c. Tipe saluran II

Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari Nelayan (penjual ikan), pengolah ikan asap (produsen), pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Pengolah ikan asap

selanjutnya langsung ke konsumen akhir. Harga beli ikan segar oleh pengolah ikan asin seharga Rp 10.000,-/ekor setelah melalui proses pengolahan, lalu produsen menjual ke pedagang pengecer seharga Rp 15.000,-/ekor dan pedagang pengecer menjual ke konsumennya seharga Rp 18.000,-/ekor. Rincian harga dan margin dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

membeli bahan baku yaitu ikan dari nelayan seharga Rp 10.000,-/ekor, lalu mengolahnya menjadi ikan asap dengan harga jual Rp 14.000,-/ekor. Harga beli oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 14.000,-/ekor dan harga beli oleh pedagang pengecer seharga Rp 17.000,-/Ekor, pedagang pengecer menjual dengan harga Rp 18.000,-/kg. Adapun rincian harga dan margin dapat dilihat pada tabel berikut ini.



Tabel 3. Tipe Saluran II

| Lembaga Pemasaran | Tipe Saluran II (Rp/Ekor) |
|---------------------------------------|---------------------------|
| Nelayan | |
| - Harga Jual | 10.000 |
| Pengelola Ikan Asap (produsen) | |
| - Harga Beli (Hp) | 10.000 |
| - Harga Jual (Hk) | 14.000 |
| - Margin (Mp) | 4.000 |
| Pedagang Pengumpul | |
| - Harga Beli | 14.000 |
| - Harga Jual | 17.000 |
| - Margin | 3.000 |
| Pedagang pengecer | |
| - Harga Beli | 17.000 |
| - Harga Jual | 18.000 |
| - Margin | 1.000 |
| Konsumen | |
| - Harga Beli | 18.000 |
| Total Margin | 8.000 |

Sumber : Data diolah 2022

Tipe saluran pemasaran ini, lembaga pengolahan ikan asap di Kampung Kapartutin memperoleh total margin sebesar Rp 8.000,-/ekor. Pada tingkat produsen margin Rp. 4.000,-/ekor, tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 3.000,-/ekor dan pada tingkat pedagang pengecer seharga Rp 1.000,-/ekor. Pedagang pengumpul lebih banyak mencari ikan asap, lalu kemudian disebar di berbagai pasar disetiap distrik yang ada di Kabupaten Fakkak, hal tersebut membuat margin yang didapat cukup besar dibandingkan dengan pedangan pengecer.

Penelitian ini mengkaji tentang saluran pemasaran ikan asap di Kampung Kapartutin, Kabupaten Fakkak ditujukan untuk menganalisis pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran ikan asap. Margin pemasaran yang dimaksud adalah selisih harga yang diterima oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen ikan asin. Secara total keseluruhan margin pada tingkat produsen ikan

asap adalah Rp 8.000,-/, pada tingkat pedagang pengumpul Rp 3.000,-/ekor, pada tingkat pedagang pengecer Rp 1.000- Rp 4.000,-/ekor.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Saluran pemasaran ikan asap di Kampung Kapartutin Kabupaten Fakkak terdiri dari 3 saluran pemasaran. Semakin pendek saluran pemasaran maka akan semakin besar keuntungan yang didapat produsen, begitupun sebaliknya. Saluran pemasaran paling efisien pada penelitian ini adalah saluran tipe ketiga karena di saluran ini bahan baku jelas (mudah di dapatkan) dan pemasarannya mudah (pedagang pengecer yang sendiri mencari produsen, jadi produsen tidak perlu lagi menjual ke pasar) serta Pada saluran pemasaran pertama, kedua dan ketiga jumlah margin sebesar Rp 8.000,-/ekor.



DAFTAR PUSTAKA

Andi Sanjaya, 2010. *Teknologi Budidaya Rumput Laut*. Direktorat Jendral Budidaya.

Ardha Puspita Sari et all 2019. *Pengendalian Hama dan penyakit ikan*. Penerbit kanisus. Yogyakarta.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. *Kabupaten Fakfak dalam angka, 2021* Badan Pusat Statistik.

Delia, S. C. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usaha Pengolahan Ikan Teri Asin di Pulau

Pasaran Kota. Bandar Lampung. Departemen Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen (IPB), Bogor.

Saputra, H., 2008. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Medan*. Tesis Magister Sains dalam Program Studi Ilmu Manajemen tidak dipublikasikan. Program Pascasarjana Universitas Sumatra Utara.