

ANALISIS PEMASARAN DAN TINGKAT PENDAPATAN NELAYAN PADA AGRIBISNIS PENGASAPAN IKAN CAKALANG (KATSUWONUS PELAMIS) (Studi Kasus Di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba)

Jumiati

Jurusan Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar
e-mail : jumiati@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran ikan asap, margin dan efisiensi pemasaran ikan asap dan untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh nelayan dari usaha pengasapan ikan cakalang di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dan pemilihan responden nelayan dilakukan dengan metode sensus, pedagang. Selain dari responden, data diambil pula dari instansi pemerintah dan sumber kepustakaan. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, margin dan efisiensi pemasaran dan analisis pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan, bawa sistem pemasaran ikan asap di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba melalui dua pola saluran pemasaran yaitu; Pola saluran pemasaran I yaitu produsen langsung ke konsumen, kemudian pola pemasaran II yaitu produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. Total margin terbesar berada pada saluran II, Rp.48.000 kemudian saluran I Rp. 36.000 sedangkan saluran pemasaran yang paling efisien berada pada saluran I yaitu 1,5% kemudian saluran II yaitu 2,22%. berdasarkan hasil yang diperoleh nampak bahwa semakin panjang saluran pemasaran semakin besar margin pemasarannya dan semakin kurang efisien saluran tersebut. Usaha pengasapan ikan cakalang menguntungkan dengan nilai keuntungan sebesar Rp.3.981.611,11,- per periode sedangkan rata – rata keuntungan perbulan selama setahun yaitu sebesar Rp.995.402,77

Kata Kunci: Margin, efisiensi pemasaran, pendapatan dan ikan asap

Abstract

This study aims to determine the marketing channels of smoked fish, margins and efficiency of smoked fish and to determine the income of fishermen from fish fumigation effort Cakalang in District Bontotiro Bulukumba South Sulawesi. The location determination is done deliberately and selecting respondents fishermen using census method, merchants. Aside from respondents, the data is taken also from government and other sources of literature. The data were analyzed using descriptive analysis, margin and efficiency of marketing and revenue analysis. The results showed, bring smoked fish marketing systems in Sub Bontotiro Bulukumba through two marketing channels that pattern; Marketing channel pattern I is the manufacturer directly to the consumer, then the marketing pattern II namely producers, traders, retailers, consumers. The total margin is at the second channel, then channel I Rp.48.000 Rp. 36,000 while the most efficient marketing channels that are in line I of 1.5% and channel II is 2:22%. international based on the results obtained it appears that the longer the greater the marketing channel marketing margin and the less efficient the channel. Fumigation effort tuna favorable, with the profit of Rp.3.981.611,11, - per period, while the average - average all profits per month for a year is equal Rp.995.402.77

Keywords: Margin, marketing efficiency, revenue and smoked fish

1. PENDAHULUAN

Sektor perikanan merupakan salah satu sektor pembangunan yang memiliki peran cukup strategis dalam perekonomian nasional, bahkan sektor ini merupakan salah satu sumber penerimaan devisa negara yang penting. Pembangunan perikanan sebagai bagian dari pembangunan nasional, diarahkan untuk mendukung tercapainya tujuan dan cita-cita luhur bangsa Indonesia dalam mewujudkan

masyarakat adil dan makmur. Harapan untuk menjadikan sektor ini sebagai pendukung dalam pencapaian tujuan tersebut didasarkan pada potensi perikanan laut yang dimiliki.

Salah satu wilayah di Sulawesi Selatan yang memiliki produksi perikanan laut yang cukup besar adalah Kabupaten Bulukumba . Pada tahun 2008, total produksi perikanan di Kabupaten Bulukumba sebesar 32.983,3 ton dengan perincian perikanan laut sebesar 22.295,8 ton dan perikanan darat 10.687,5 ton.

Total produksi perikanan laut tersebut sebagian besar dikonsumsi segar yakni 20.781,2 ton (93,2 %) dan hanya 1.514,6 ton (6,8 %) yang diolah dengan pengawetan (Anonim, 2008b).

Pemanfaatan potensi tersebut diatas walaupun telah mengalami peningkatan pada beberapa aspek, namun secara signifikan belum dapat memberi kekuatan dan peran yang lebih kuat terhadap pertumbuhan perekonomian dan peningkatan pendapatan masyarakat nelayan Indonesia. Jika potensi yang ada dikomparasikan dengan realitas kekinian nelayan, maka nampak gambaran yang ironis dimana sumberdaya pesisir dan kelautan yang mempunyai nilai ekonomi yang sangat besar masih didiami oleh masyarakat nelayan yang kesejahteraannya relatif masih sangat rendah.

Kenyataan tersebut tidak sesuai dengan kondisi hasil produksi perikanan laut yang cukup besar di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba Pada tahun 2008, total produksi perikanan di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba sebesar 4024 ton atau 12,20% dari total produksi Kabupaten Bulukumba (Anonim, 2008).

Rumah tangga nelayan pada umumnya memiliki persoalan yang lebih kompleks dibandingkan dengan rumah tangga pertanian. Rumah tangga nelayan memiliki ciri-ciri khusus seperti penggunaan pesisir lautan yang bersifat milik bersama (common property) sebagai faktor produksi dan karena itu siapapun boleh memanfaatkannya (open access). Selain itu pekerjaan menangkap ikan adalah merupakan pekerjaan yang penuh risiko dan umumnya karena itu hanya dapat dikerjakan oleh laki-laki, hal ini mengandung arti keluarga yang lain tidak dapat membantu secara penuh.

Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan, maka pembangunan perikanan harus memanfaatkan keunggulan komparatif sumberdaya domestik (domestic resource based) secara utuh dan menyeluruh melalui pendekatan sistem agribisnis (Saragih, 1998). Dalam konteks pembangunan ekonomi domestik, pembangunan agribisnis diharapkan dapat mempercepat pemulihan ekonomi nasional dan pembangunan ekonomi daerah dalam kerangka pemberhasilan otonomi daerah. Tuntutan peran agribisnis dalam

pembangunan daerah menjadi sangat penting disebabkan selain sumberdaya yang dimiliki setiap daerah adalah sumberdaya agribisnis, juga disebabkan oleh karena sebagian besar kegiatan ekonomi rakyat di daerah baik secara individu, rumah tangga maupun usaha kecil, menengah dan koperasi adalah kegiatan ekonomi di sektor agribisnis.

Pendekatan pembangunan ekonomi daerah melalui sistem agribisnis diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja, serta meningkatkan nilai tambah (added value) sedemikian rupa sehingga pendapatan nelayan dapat meningkat sebesar mungkin. Berkembangnya perekonomian daerah ini pada gilirannya akan mengurangi disparitas ekonomi antar daerah maupun antar golongan di Indonesia. Disamping itu pengentasan kemiskinan juga dapat dicapai dengan efektif, partisipatif, dan berkesinambungan.

Pemberdayaan masyarakat nelayan melalui paradigma pembangunan perikanan yang berorientasi agribisnis sangat erat kaitannya dengan upaya penumbuh kembangan usaha produktif di tingkat rumah tangga yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi nelayan dan keluarganya. Selama ini, pemasaran produk perikanan masih didominasi dalam bentuk primer (primary product) yang cenderung memiliki harga jual relatif rendah dan fluktuatif.

Hal ini disebabkan oleh karena harga produk perikanan memiliki karakteristik pola musiman, yaitu pada saat hasil tangkapan melimpah harga ikan segar cenderung merosot sampai pada tingkat yang paling rendah (Hanafiah dan Saefuddin, 1986). Oleh sebab itulah peningkatan produksi yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan nelayan tidak secara otomatis terjadi karena masih sangat tergantung pada penanganan (handling), pengolahan (processing), dan pemasarannya (marketing) Pendapatan yang meningkat selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup nelayan, tetapi disinipun tidak otomatis terjadi karena masih dipengaruhi oleh manajemen usaha melalui pengalokasian pendapatan, dimana alokasi pendapatan seharusnya ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan melalui usaha perbaikan kesehatan, pendidikan, dan lain-lain.

Dalam konteks itulah alternatif usaha yang strategis untuk meningkatkan pendapatan

nelayan adalah diversifikasi produk melalui kegiatan pengolahan. Selain untuk peningkatan nilai tambah, jastifikasi pentingnya pengolahan hasil perikanan ini adalah karena produk perikanan memiliki karakteristik yang mudah rusak (perishable) dan musiman (seasonal), pemanfaatan waktu luang nelayan, dan pemanfaatan tenaga kerja keluarga secara optimal.

Pengolahan hasil perikanan yang dapat dilakukan oleh nelayan, khususnya nelayan tradisional adalah dengan cara pengasapan ikan. Metode ini dapat dilakukan dengan menggunakan rakitan teknologi yang cukup sederhana. Dilihat dari prosesnya, pengasapan merupakan suatu cara pengawetan dengan memanfaatkan kombinasi perlakuan pengeringan dan pemberian senyawa kimia alami dari hasil pembakaran bahan bakar alami (Wibowo, 2000). Hasil produk ikan asap ini dapat dijadikan sebagai produk akhir (finish product) yang siap saji maupun produk antara (intermediate product) yang masih memerlukan perlakuan tambahan sebelum dikonsumsi.

Usaha pengasapan ikan di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba sebagian besar digeluti oleh nelayan kecil/tradisional dan dalam skala usaha yang bersifat rumah tangga (home industry). Kegiatan pengasapan ini umumnya dilakukan oleh nelayan terutama pada saat hasil tangkapan melimpah dan diperkirakan hasil tangkapan tersebut tidak dapat dipasarkan seluruhnya dalam bentuk segar. Pada saat tersebut harga ikan sangat murah tetapi permintaan konsumen tidak meningkat, sehingga ikan tidak habis dipasarkan dalam keadaan segar.

Nelayan memproduksi ikan asap tentunya akan disalurkan ke konsumen. Hubungan sampai ke konsumen ini melalui saluran pemasaran, pemasaran produksi ikan asap dari nelayan sampai kepada konsumen memerlukan aktivitas – aktivitas, jasa – jasa, tindakan dan perlakuan. Hal ini dilaksanakan oleh lembaga pemasaran yang menawarkan ikan asap tersebut.

Produksi ikan asap di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba di pasarkan di beberapa pasar kecamatan dan Kabupaten Bulukumba, saluran pemasaran produk ikan asap memerlukan banyak aktivitas agar proses pemasaran ini pada akhirnya tertuju pada tercapainya efisiensi pemasaran.

Mengacu pada gambaran di atas, maka penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan upaya meningkatkan pendapatan nelayan melalui pengembangan usaha pengasapan ikan.

2. METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu kabupaten yang dijadikan sebagai wilayah pengembangan perikanan rakyat di Propinsi Sulawesi Selatan. Wilayah ini memiliki sumberdaya perikanan laut yang cukup besar sehingga potensial dalam usaha pengolahan hasil perikanan. Penentuan daerah kecamatan didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah ini memiliki potensi perikanan dan ada kegiatan pengasapan ikan yang dilakukan oleh nelayan.

Populasi yang dijadikan sasaran analisis adalah nelayan dengan melakukan penangkapan dan kemudian melaksanakan pengasapan ikan. Jumlah nelayan dengan sasaran tersebut diatas sebanyak 30 orang. Oleh karena jumlah populasi yang relatif sedikit, maka pemilihan responden nelayan dilakukan dengan metode sensus. Sedangkan untuk responden pedagang perantara ditentukan secara sengaja, yaitu 2 orang pedagang pengumpul dan 4 orang pedagang pengecer.

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian berasal dari 2 sumber, yaitu :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden, yang meliputi: identitas nelayan, jenis dan jumlah hasil tangkapan, jenis dan produksi ikan asap, sistem pengolahan, harga ikan asap, sistem pemasaran, biaya dan pendapatan. Data ini diperoleh melalui teknik Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi obyektif proses pengasapan ikan yang dilakukan oleh nelayan.
2. Data sekunder, yaitu data tertulis yang diperoleh dari instansi pemerintah, seperti Dinas Kelautan dan Perikanan yaitu potensi perikanan laut Kabupaten Bulukumba.

ba, Badan Pusat Statistik yaitu Bulukumba dalam angka, serta sumber kepustakaan, seperti Rencana Kerja Penyuluh yaitu data penduduk prasehatara dan sejahtera, jurnal data yang diambil yaitu teori efisiensi, tesis. data kesimpulan hasil penelitian dan sebagai bahan bacaan.

Data dari hasil penelitian ditabulasi lalu diolah berdasarkan analisis-analisis sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran dianalisis secara deskriptif dan margin pemasaran dianalisis dengan berpedoman pada rumus sebagai berikut :

$$M_p = H_p - H_b$$

Hanafiah dan Saefuddin (1986) di mana :

M_p : margin pemasaran

H_p : harga penjualan

H_b : harga pembelian

Sedangkan efisiensi pemasaran masing-masing saluran ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$E_p = \frac{B_p}{N_p} \times 100 \%$$

Hanafiah dan Saefuddin (1986)

E_p : efisiensi pemasaran

B_p : biaya pemasaran

N_p : nilai produksi yang dipasarkan

Ket. yang dianggap paling efisien yaitu yang menghasilkan nilai yang terkecil.

Sedangkan untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh nelayan dianalisis dengan rumus sebagai berikut :

di mana :

$$\pi = TR - TC$$

π : laba atau pendapatan

TR : total penerimaan (total revenue)

TC : total biaya (total cost)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan ikan asap

Subsistem pengolahan dalam struktur agribisnis perikanan adalah aktivitas ekonomi

yang mengkonversi komoditas primer (bahan baku) menjadi produk olahan untuk menghasilkan nilai tambah komersil. Ikan asap sebagai salah satu produk pengolahan ikan memiliki aroma, rasa dan warna yang khas sehingga banyak diminati oleh masyarakat.

Ikan asap merupakan ikan yang diolah dengan memanfaatkan panas dan asap dari pembakaran kayu, sabuk kelapa, tempurung dan serbuk kayu. Panas pembakaran akan membunuh mikroba penyebab pembusukan pada ikan dan menurunkan kadar air sehingga ikan lebih sulit dirusak oleh mikroba. Asap mengandung senyawa fenol dan formaldehida yang masing-masing bersifat bakterisida (membunuh bakteri). Kombinasi kedua senyawa ini juga bersifat fungisida (membunuh kapang). Senyawa fenol dan senyawa karbonil pada asap memberikan rasa dan aroma yang khas. Warna kuning keemasan atau kuning kecoklatan disebabkan oleh senyawa fenol yang bereaksi dengan oksigen dari udara. Sedangkan permukaan yang mengkilat pada ikan asap diakibatkan oleh senyawa fenol yang bereaksi dengan formaldehida yang juga dari asap (Margono, dkk., 1993).

Seperti telah diuraikan sebelumnya bahwa usaha pengolahan ikan asap menggunakan bahan baku dari hasil tangkapan nelayan sendiri. Untuk subsistem pengolahan, keterkaitan yang timbul dari artikulasi antar subsistem ini adalah keterkaitan ke belakang (backward linkages), yaitu keterkaitan yang tercipta karena suatu usaha menggunakan produk dari usaha lain sebagai bahan baku. Tersedianya pasokan input dan adanya kepastian untuk memperoleh pasokan tersebut merupakan syarat agar volume produksi dapat ditingkatkan. Relasi ini akan mengefisienkan pengembangan usaha pengasapan karena antara kegiatan pengadaan input dan proses berada dalam satu kesatuan manajemen sehingga secara simultan aktivitas produksi dapat diharmoniskan dan relatif mudah dikendalikan.

Metode pengolahan ikan asap yang dilakukan nelayan di lokasi penelitian adalah secara sederhana/tradisional. Asap yang dihasilkan diperoleh dari pembakaran sabut kelapa, dan tempurung dan serbuk kayu. Jenis kayu ini relatif mudah diperoleh oleh nelayan karena di wilayah ini banyak pohon kelapa dan memang ada pedagang sabut kelapa.

Penentuan jenis bahan bakar juga didasarkan pada pertimbangan bahwa mutu dan volume asap yang dapat menghasilkan rasa maupun warna daging ikan (tekstur) yang khas (mengkilat dan berwarna coklat keemasan atau coklat kekuningan), tidak merusak warna ikan selama di asap, volume asap yang dihasilkan relatif besar dan tahan lama. Jika menggunakan kayu yang lunak atau arang, biasanya ikan asap yang dihasilkan berwarna hitam dan menimbulkan bau dan hal-hal yang tidak diharapkan.

Peralatan yang digunakan dalam proses pengasapan ikan dibuat secara sederhana. Oven sebagai tempat pengasapan ikan dibuat khusus yang biasa disebut rumah pengasapan dan ada juga yang terbuat galian sedalam 1 meter. Bahan yang digunakan sebagai tempat untuk meletakkan ikan adalah besi. Tempat penyimpanan ikan terletak pada bagian atas oven dan dipasang secara horizontal dan ikan berada di atas besi pajangan.

Prosedur pengolahan ikan asap yang dilakukan nelayan di lokasi penelitian dapat digolongkan ke dalam 3 proses, yaitu sebagai berikut :

1. Proses pendahuluan
 - a. Ikan yang akan di asap disiangi dengan cara membuang insang dan isi perut, lalu dicuci dengan air bersih untuk menghilangkan lendir dan sisa-sisa darah yang tertinggal.
 - b. Kemudian ikan cakalang yang besar dibelah dan dipotong sesuai dengan ukuran ikan, ikan yang beratnya 10 kg akan dipotong menjadi 24 potong/iris, dan rata – rata ikan yang dijadikan ikan asap adalah yang rata-rata berukuran 10 kg.
 - c. Garam dimasukkan ke dalam wadah yang berisi air, kemudian ikan direndam selama \pm 30 – 60 menit, kemudian ditiriskan dan diangin-anginkan hingga menjadi kering.
2. Proses pengasapan
 - a. Sebelum ikan disusun di dalam oven maka ikan dicelupkan beberapa menit ke dalam larutan garam. Hal ini dimaksudkan untuk mempercepat pembentukan warna yang khas (kuning keemasan atau kuning kecoklatan).
 - b. Ikan yang akan diasap disusun satu persatu di dalam oven. Jika tempat meletakkan ikan menggunakan jaring kawat, maka ikan disusun secara melintang pada

masing-masing jaring kawat. Akan tetapi jika menggunakan gantungan kawat, maka ikan di-gantung pada masing-masing kaitan kawat.

- c. Selanjutnya bagian bawah oven diisi dengan sabut kelapa atau tempurung kelapa, kemudian di bakar. Setelah terbakar, api dipadamkan sehingga tetap membara sambil mengeluarkan asap kemudian serbuk kayu yang ada diberi air atau dibiarkan basa kemudian setiap proses pengasapan menyala maka serbuk tersebut dilempar kedalam selain mematikan nyala api serbuk tersebut berfungsi juga memberi warna yang ba-gus . Agar hasil pengasapan merata, ikan harus dibolak balik.
- d. Setelah proses pengasapan selesai, ikan dikeluarkan dari tempat pengasapan Proses pengasapan berakhir setelah ikan yang di asap mengeluarkan aroma yang khas, tekstur tubuh yang licin mengkilat, dan berwarna kuning keemasan atau kuning kecoklatan.

4. Pengemasan

Pengemasan dilakukan dengan membungkus ikan hasil pengasapan dengan menggunakan kotak atau kantong plastik dan ditutup rapat.(kondisi ikan sudah dingin) Kemudian kotak atau kantong plastik tersebut diletakkan di tempat kering yang tidak terlalu panas, dan selanjutnya siap dipasarkan.

Saluran Pemasaran

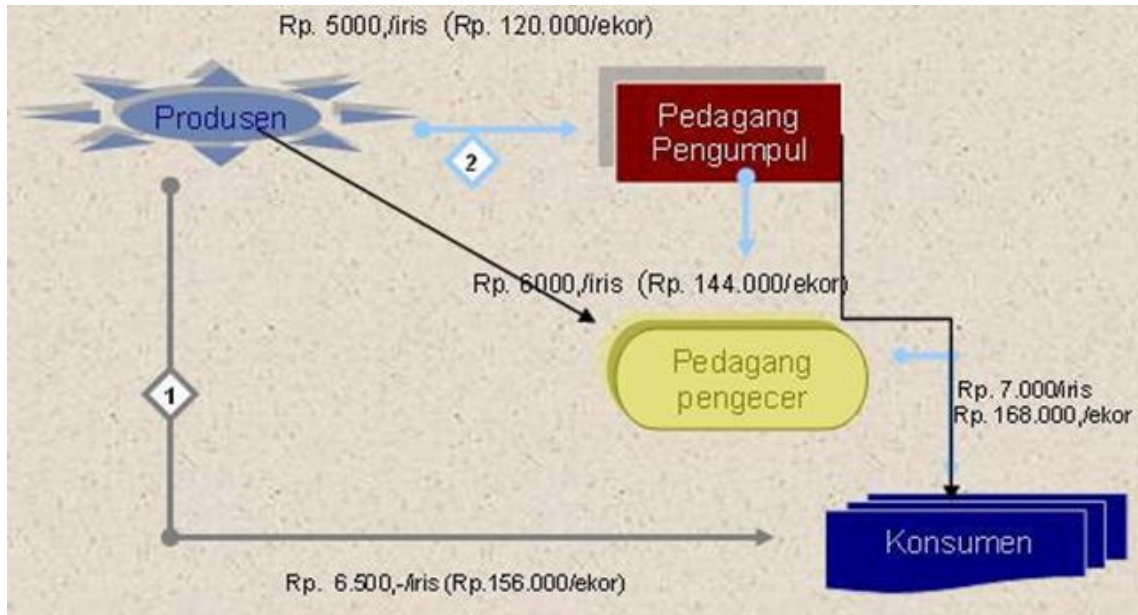
Pemasaran merupakan salah satu sistem agribisnis yang aktivitas ekonominya menghubungkan antara produksi dan konsumsi. Produk sebagai hasil dari kegiatan produksi harus menguntungkan produsen yang berada pada titik produksi dan harus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berada pada titik konsumsi.

Peningkatan suatu usaha dapat juga dilihat dari segi pemasaran. yaitu bagaimana tingkat proporsi pendapatan produsen dalam saluran pemasaran dengan melihat tingkat efisiensi dan keuntungan pemasarannya (Heriansyah, 2004).

Analisis saluran pemasaran dimaksudkan untuk menjelaskan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian

ikan asap hingga sampai ke konsumen akhir.

Analisis terhadap margin pemasaran di



Gambar 1. Skema saluran pendistribusian ikan asap

tujukan untuk menilai berapa besar perbedaan harga pada setiap lembaga pemasaran dalam suatu saluran distribusi. Sedangkan analisis efisiensi pemasaran digunakan untuk menentukan saluran pemasaran yang paling efisien dalam pendistribusian ikan asap.

Proses pendistribusian ikan asap oleh nelayan (produsen) dilakukan dengan dua sistem, yaitu secara langsung ke konsumen tanpa melibatkan lembaga pemasaran dan secara tidak langsung melalui perantara lembaga pemasaran, yaitu pedagang pengumpul dan pengecer. Kedua cara pendistribusian ini menghasilkan dua saluran pemasaran seperti yang tergambar secara skematis pada Gambar 1.

Mekanisme pendistribusian pada saluran 1 merupakan saluran pemasaran yang paling pendek dan sederhana, yaitu produsen langsung menjual ikan asap ke konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran. Pola ini berlangsung dengan cara produsen mendatangi konsumen di pasar atau sebaliknya konsumen yang langsung mendatangi lokasi produsen, tapi pada umumnya produsen yang menjual ke pasar. Cara yang pertama memiliki konsekuensi karena petani harus mengeluarkan biaya pemasaran, seperti biaya retribusi pasar, biaya transportasi, dan biaya tenaga

kerja yang biasanya tidak diperhitungkan oleh nelayan.

Mekanisme pendistribusian pada saluran 2 melibatkan dua lembaga pemasaran sebelum ikan asap sampai di konsumen. Pertama-tama produsen menjual ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul tersebut mendistribusikan ke pedagang pengecer, baik pengecer lokal maupun pengecer di luar daerah, untuk selanjutnya di jual ke konsumen. Pola ini terjadi dengan cara pedagang pengumpul mendatangi lokasi produsen, kemudian di bawa ke kios/rumah untuk dijual ke pedagang pengecer. Pada umumnya kedua perantara pemasaran ini memiliki fasilitas kendaraan pengangkut dan tempat khusus.

Jangkauan pemasaran ikan asap yang dihasilkan nelayan responden adalah pasar lokal dalam Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba dan produk yang dibawa tidak banyak, biasanya selain untuk berjualan juga untuk berbelanja kebutuhan rumah tangga. Sedangkan untuk Pedagang pengecer jangkauan pemasarannya selain pasar Kecamatan juga melakukan penjualan ke pasar Kabupaten Bulukumba setelah membeli ke pedagang pengumpul.

Marjin Pemasaran

Untuk mengetahui distribusi pendapatan antar pelaku pemasaran dapat dijelaskan dari nilai marjin yang diterima. Nilai marjin ditentukan berdasarkan perbedaan harga jual dan harga beli per unit produk pada setiap tingkatan pelaku lembaga pemasaran. Marjin

pemasaran pada setiap saluran pendistribusian ikan asap di Kabupaten Bulukumba bervariasi pada setiap saluran distribusi.

Tabel 1. Marjin dan efisiensi pemasaran pada setiap saluran distribusi ikan asap di Kabupaten Bulukumba, 2010

Saluran distribusi	Lembaga pemasaran	Jenis ikan	Harga (Rp/ekor)			Marjin (Rp/ekor)	
			beli	jual	biaya pemasaran	Marjin	Keuntungan
I	Produsen	Cakalang	120.000	156.000	2.357	36.0003	3.643
II	Produsen	Cakalang	-	120.000	-	-	-
	Pengumpul		120.000	144.000	2.364	24.000	21.636
	Pengecer		144.000	168.000	1.357	24.000	22.643
Total					3.721	48.000	44.279

Sumber : Data primer setelah diolah, 2010

Keterangan : Harga beli produsen pada saluran I adalah harga jual jika produsen menjual kepada pedagang perantara

Angka marjin pemasaran pada Tabel 1 menunjukkan bahwa eksistensi lembaga pemasaran dalam proses pendistribusian produk mengakibatkan berbedanya harga akhir yang diterima konsumen. Perbedaan harga akhir ini disebabkan karena masing-masing lembaga pemasaran menginginkan marjin yang ditujukan untuk menutupi biaya pemasaran (marketing costs) dan mendapatkan keuntungan/laba (marketing charges) dari proses pemasaran yang dilakukan.

Berdasarkan pada Tabel di 1, nampak angka marjin pemasaran bahwa harga jual produsen dan harga akhir yang diterima konsumen tergantung dari saluran distribusi. Harga jual produsen pada saluran I lebih tinggi dibanding dengan saluran II karena produsen langsung memasarkan produknya tanpa pedagang perantara, sehingga untuk menutupi biaya pemasaran, produsen menaikkan harga jual. Harga jual produsen pada saluran II yakni pedagang pengumpul membeli langsung ke lokasi produsen.

Harga akhir produk pada tingkat konsumen juga bervariasi berdasarkan saluran distribusi, harga terendah yang diterima konsumen terjadi pada saluran I meskipun harga jual telah dinaikkan, kemudian pada saluran II. Komposisi harga akhir ini menunjukkan bahwa semakin panjang saluran yang dilalui oleh pemasaran

produk, maka semakin besar harga yang diterima oleh konsumen. Hal ini disebabkan karena harga akan naik mengikuti setiap saluran yang dilalui sebagai konsekuensi dari adanya marjin yang diinginkan oleh masing-masing lembaga pemasaran pernyataan ini diperkuat oleh pendapat Swastha (1999), menyatakan bahwa semakin panjang saluran pemasaran suatu produk biasanya akan menyebabkan semakin besar nilai yang harus dibayar oleh konsumen, karena setiap lembaga menginginkan marjin atas pengorbanan serta peran yang mereka lakukan.

Lokasi pemasaran ikan asap yaitu bervariasi untuk produsen menjual produknya di pasar yang ada di Kecamatan Bontotiro yaitu di pasar Buhung Bundang, pasar Bonto Tangga, pasar Batang dan pasar Kui – Kui. Pedagang pengecer selain ada yang memasarkan di pasar Kecamatan Bontotiro, pengecer lebih senang menjual di pasar kabupaten karena selain pasar yang tiap hari, ikan ini banyak diminati oleh masyarakat kota yang jauh dari lokasi produsen. Sedangkan untuk pedagang pengumpul menjual langsung kepada pedagang pengecer dengan cara pengecer yang mendatangi lokasi pengumpul (los/rumah). Total biaya pemasaran yang tertinggi terjadi pada saluran II. Tingginya biaya pemasaran ini dipengaruhi

oleh pola pemasaran yang melalui beberapa pedagang perantara hingga ke konsumen, sedangkan pada saluran I biaya pemasaran lebih rendah karena produsen langsung menjual ke konsumen tanpa pedagang perantara.

Efisiensi Pemasaran

Tingkat efisiensi pemasaran berdasarkan pola saluran pemasaran ikan asap di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada Tabel 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin panjang rantai pemasaran semakin banyak biaya pemasaran yang harus dikeluarkan dan semakin kurang efisien pemasaran produk tersebut. Dari aspek efisiensi pemasaran, data pada Tabel 5 menunjukkan bahwa saluran yang paling efisien adalah saluran I (1,5 %), kemudian saluran II yaitu 2,22 %.

Tabel 2. Efisiensi saluran pemasaran ikan asap di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba, 2010

saluran	Biaya pemasaran (Rp/ekor)	Nilai Produk (Rp/ekor)	Tingkat Efisiensi (%)
I	2.357	156.000	1,5
II	3.721	168.000	2,22

Sumber : data primer setelah diolah, 2010

Banyaknya rangkaian jual beli yang dialami oleh suatu komoditi sejak diproduksi sampai pada konsumen akhir juga mempengaruhi efisiensi pemasaran produk-produk yang bersangkutan. Semakin banyak jumlah transaksi yang dialami suatu barang sebelum mencapai konsumen akhir semakin besar biaya pemasaran yang ditimbulkannya, karena setiap transaksi dijadikan sumber-sumber keuntungan bagi pelakunya. Semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasarannya. Efisiensi pemasaran juga sangat dipengaruhi oleh efisiensi sistem transportasi yang menghubungkan lokasi produsen dan konsumen (dilon, 1998 dalam syamsiah 2008).

Analisis Pendapatan Nelayan

Usaha pengasapan ikan sebagai suatu aktivitas ekonomi, maka pendapatan yang

sebesar-besarnya merupakan sasaran yang hendak dicapai oleh setiap nelayan sebagai pelaku usaha. Dari perolehan pendapatan tersebut maka kebutuhan hidup nelayan dan keluarganya dapat terpenuhi, dan jika memungkinkan nelayan melakukan akumulasi modal untuk pengembangan usaha agar taraf hidupnya dapat lebih meningkat.

Untuk memberikan gambaran usaha pengasapan ikan yang diusahakan nelayan responden di Kecamatan Bontotiro dapat memberikan tambahan pendapatan atau tidak, maka dilakukan analisis pendapatan. Melalui analisis ini dapat diketahui berapa balas jasa yang diterima oleh nelayan atas faktor-faktor produksi yang telah dikorbankan dan balas jasa atas biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

Dalam analisis pendapatan ini, seluruh pengeluaran atau biaya diperhitungkan. Ada biaya-biaya yang secara riil tidak dikeluarkan, tetapi tetap diperhitungkan, misalnya upah nelayan atau keluarganya yang turut bekerja dalam usahanya sendiri dan sarana penunjang yang tidak habis dipakai untuk satu kali masa produksi, seperti biaya sewa lahan. Meskipun pemilik bekerja dan menggunakan lahan sendiri, upah dan biaya penyusutan sewa lahan harus diperhitungkan untuk memperoleh angka keuntungan sebenarnya. Demikian juga dengan bahan baku, meskipun diperoleh dari penangkapan sendiri, biayanya harus tetap diperhitungkan.

Berdasarkan hasil perhitungan dan hasil interview terhadap nelayan responden, diperoleh data sebagai berikut :

1. Frekuensi penangkapan ikan untuk bahan baku dilakukan sebanyak 8 trip setiap bulan. Jumlah rata-rata hasil tangkapan dalam 1 bulan 60 ekor (hanya berlaku selama 3 bulan)
2. Sebenarnya hasil tanggapannya lebih banyak dari 60 ekor akan tetapi sebagian hasil tangkapan dibagi kepada tenaga kerja sebagai upah kerja (bagi hasil), dan sebahagian dijual ke eksportir, sehingga jumlah bahan baku yang diolah adalah 60 ekor.
3. Rata-rata biaya pengolahan ikan asap Rp. 3.218.389,- per bulan dengan harga jual rata-rata untuk Rp. 120.000,- per ekor. Proses ini dilakukan dalam hanya 3 bulan selama setahun, sementara pada bulan

lainnya nelayan hanyamenggunakan hasil keuntungan yang ada, maka jika di rata-ratakan pendapatan nelayan perbulan selama setahun yaitu Rp. 995.402.78,-

4. Asumsi-asumsi :
 - a. Oleh karena proses pengolahan menggunakan tenaga kerja sendiri, maka upah diasumsikan Rp. 5.000,- perekor dalam proses persiapan dan pengasapan.
 - b. Oleh karena bahan baku diperoleh dari hasil tangkapan dari nelayan sendiri, maka biaya bahan baku diasumsikan sama dengan harga pemasaran ikan jika langsung dijual dalam keadaan segar. Harga rata-rata ikan segar untuk ikan cakalang adalah Rp.45.000,- per ekor.

Perincian biaya yang dikeluarkan oleh nelayan dalam periode 1 bulan berdasarkan data dan asumsi-asumsi tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Rincian Rata-rata Biaya Per Bulan Pengasapan Ikan Nelayan Responden di Kecamatan Bontotiro, 2010

A. Biaya tetap :		
1.	Penyusutan (5 tahun)	41.389,89,-
2	Pajak:	5.000,-
Jumlah biaya tetap		46.389,89,-
B. Biaya variabel:		
1	Bahan baku	2.700.000,-
2.	Upah Tenaga Kerja	300.000,-
3.	Sabuk Kelapa	120.000,-
4.	Minyak tanah	32.000,-
5	Serbuk Kelapa	20.000,-
Jumlah biaya variabel		3.172.000,-
TOTAL BIAYA		3.218.388,89,-

Berdasarkan pada Tabel 3 tersebut maka dapat diketahui bahwa jenis biaya terbesar yaitu pada biaya variabel yaitu penyediaan bahan baku, kemudian upah tenaga kerja kemudian bahan untuk melakukan pembakaran atau pengasapan ikan.

Berdasarkan rincian biaya pada Tabel 3, maka dapat ditentukan nilai penerimaan, pendapatan usaha pengasapan ikan cakalang. Variabel-variabel ekonomi tersebut disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Jenis Biaya, Penerimaan, Pendapatan Pengasapan ikan Cakalang Nelayan Responden, 2010

Variabel Ekonomi	Jumlah (Rp/bulan)
Biaya tetap (FC)	46.389,89,-
Biaya variabel (VC)	3.172.000,00,-
Total biaya TC=FC+VC)	3.218.388,89,-
Total penerimaan (TR)	7.200.000,00,-
Produksi 60 ekor Harga	Rp.120.000/ekor
Pendapatan ($\pi = TR - TC$)	3.981.611,11,-

Hasil analisis pendapatan menunjukkan bahwa rata-rata angka pendapatan yang diperoleh nelayan pada saat berproduksi adalah dalam satu bula atau 8 kali pengolahan Rp. 3.981.611,11,- tingkat pendapatan ini hanya diperoleh tiga kali dalam setahun, sehingga jika dihitung maka rata –rata pendapatan nelayan perbulan selama setahun yaitu Rp. 995.402.77. Namun demikian pendapatan yang relatif tinggi ini terjadi karena pada saat tersebut hasil tangkapan nelayan relatif besar. Dengan profil dan status usaha yang bersifat rumah tangga, usaha tersebut dapat meningkatkan pendapatan yang sangat besar bagi nelayan pengasap ikan apalagi jika usaha tersebut ditekuni dan rutin dilakukan.

Mengacu pada perspektif keterkaitan antar subsistem pada sistem agribisnis, maka profil usaha pengasapan ikan cakalang yang dilakukan nelayan juga memberikan nilai tambah yang lain, yaitu dalam hubungan nilai hasil tangkapan. Jika hasil tangkapan yang dijadikan sebagai bahan baku pengasapan di jual langsung dalam keadaan segar tanpa diolah, maka sangat memungkinkan nilai harga yang diterima nelayan lebih rendah. Hal ini disebabkan karena dalam waktu yang relatif cepat ikan-ikan tersebut akan mengalami proses pembusukan yang dapat mengakibatkan turunnya harga ikan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Sistem pemasaran ikan asap di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba melalui dua pola saluran pemasaran yaitu;Pola saluran pemasaran I yaitu produsen langsung ke konsumen,

kemudian pola pemasaran II yaitu produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen.

2. Total margin terbesar berada pada saluran II, Rp.48.000 kemudian saluran I Rp. 36.000 sedangkan saluran pemasaran yang paling efisien berada pada saluran I yaitu 1,5% kemudian saluran II yaitu 2,22%. berdasarkan hasil yang diperoleh nampak bahwa semakin panjang saluran pemasaran semakin besar margin pemasarannya dan semakin kurang efisien saluran tersebut.
3. Usaha pengasapan ikan cakalang menguntungkan dengan nilai keuntungan sebesar Rp.3.981.611,11,- per periode sedangkan rata – rata keuntungan perbulan selama setahun yaitu sebesar Rp.995.402,77

Saran

1. Agar saluran pemasaran ikan asap dapat berjalan secara efisien maka disarankan agar para produsen menggunakan saluran pemasaran I dalam memasarkan ikan asap.
2. Sebaiknya produsen ikan asap melihat lagi peluang pasar yang lebih luas dan tidak hanya memasarkan pada wilayah kabupaten Bulukumba saja.
3. Sebaiknya usaha agribisnis pengasapan ikan lebih ditingkatkan lagi sehingga kehidupan nelayan lebih sejahtera melihat dari segi pendapatan usaha pengasapan dapat menambah pendapatan nelayan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adjid , D. A. 1994. Sistem dan Strategi Pengembangan Agribisnis Perikanan. Badan Agribisnis Pertanian. Departemen Pertanian, Jakarta.
- _____. 1998. Bunga Rampai Agribisnis, Kebangkitan, Kemandirian dan Keberdayaan Masyarakat Pedesaan Menuju Abad 21. Sinar Tani, Jakarta.
- Afrianto, E dan E. Liviawaty. 1989. Pengawetan dan Pengolahan Ikan. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Anonim. 2008. Bulukumba dalam Angka. BADAN Pusat Statistik Kabupaten Bulukumba
- Anonim. 2009. Rencana Kerja Pegawai Penyuluh Pertanian Kecamatan Bontotiro. BPP, Bulukumba.
- Arwin, 2003. Analisis pemasaran Agribisnis Pengasapan Ikan terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan di Kabupaten Bone.. Tesis tidak dipublikasikan
- Dahuri, R. 2004a. Menggali Potensi Kelautan dan Perikanan dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Menuju Bangsa Indonesia yang Maju, Makmur dan Berkeadilan. Makalah disajikan dalam Acara Temu Akrab CIVA-FPIK di Bogor, 25 Agustus 2004.
- _____. 2004b. Kebijakan Penertiban Izin Kapal Asing di Perairan Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia (ZEEI). Makalah disajikan dalam Seminar Nasional HIMASEPA IPB di Jakarta, 20 Oktober 2004.
- Djamin, Z. 1994. Perencanaan dan Analisa Proyek. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Downey, W. D and S. P. Erickson. 1992. Agribusiness Management, Second Edition. McGraw-Hill, Inc. New York..
- Effendi dan Oktariza, 2006. Manajemen Agribisnis Perikanan. Penebar Swadaya, Bogor.
- Haeruman, JS, Herman, dan Eriyatno. 2004. Kemitraan dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. Yayasan Mitra Pembangunan Desa-Kota dan Business Inovation Centre Indonesia, Jakarta.
- Hanafiah, A. M dan A. M. Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Heriansyah, 2004. Prospek Pengembangan Agribisnis Ikan Asap di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai. Tesis. Tidak dipublikasikan.
- Hernanto, F. 1993. Usaha Tani. PT. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Joewono, H. H. 2004. Pemasaran Agroindustri. Kompas, 2 Oktober 2001.
- Kadarsan, H. W. 1995. Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P. 1993. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi Ke-tujuh.

- Terjemahan oleh Adi Zakaria Afiff.
Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Margono, T, D. Suryati, dan S. Hartinah.
1993. Buku Panduan Teknologi Pangan.
Pusat Informasi Wanita dalam Pem-
angunan. PDII-LIPI bekerjasama
dengan Swiss Development Coopera-
tion. Jakarta.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi
Pertanian. LP3ES, Jakarta.
- Raju, V. T and M. V. Open, 1992. Marketing
Efficiency for Selected Crops in Semi
Ar-id Tropical India. ICRISAT, India.
- Sabat. 1995. Pengembangan Teknologi Proses
dan Uji Coba Beberapa Bahan
Pengemasan terhadap Daya Tahan
Simpan Ikan Teri Kering untuk
Ekspor. Departemen Perindustrian.
Balai Industri, Makassar.
- Sapuan dan B, Djanuwardi. 1997. Pergeseran
Sistem Pemasaran Pangan dan Peran
Pemerintah. Agro-Ekonomika. Perhepi,
Jakarta.
- Saragih, B. 1998. Agribisnis : Paradigma Baru
Pembangunan Ekonomi Berbasis
Pertanian. CV Nasional. Jakarta.
- . 2004. Suara dari Bogor, Mem-
bangun Sistem Agribisnis. Yayasan USESE dan
Sucofindo. Bogor.
- Sikong, M. 1990. Pengantar Ilmu
Perikanan. Departemen Pendidikan dan
Kebudayaan, Dirjen Pendidikan
Tinggi. Universitas Padjajaran,
Bandung.
- Simatupang, P. 1997. Akselerasi Pem-
angunan Pertanian dan Pedesaan me-
lalui Strategi Berspektrum Luas. Maka-
lah disajikan dalam Seminar Dinamika
Ekonomi Pedesaan dan Peningkatan
Daya Saing Sektor Pertanian di Bogor.
Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Per-
tanian IPB. Bogor, Agustus 1997.
- Soekartawi, 1993. Prinsip Dasar Manajemen
Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori
dan Aplikasinya. Rajawali Press, Jakar-
ta.
- _____. 1995. Analisis Usahatani. Univer-
sitas Indonesia Press, Jakarta.
- Sukmadinata, T. 1995. Kajian Kelembagaan
Transaksi dalam Pemasaran Hasil Usaha
Penangkapan Ikan di Jawa Timur.
Disertasi tidak diterbitkan. Bogor :
- Program Pascasarjana Institut Pertanian
Bogor.
- Swastha, B. D. H. 1999. Saluran Pemasaran :
Konsep dan Strategi Analisis
Kuantitatif. Penerbit BPFPE, Yogyakarta.
- Syamsiah, 2008. Analisis Permintaan dan
Efisiensi Pemasaran Wortel di Kota Ma-
kassar. Jurnal Ekonomi. Fakultas
Ekonomi Unismuh Makassar, Makassar.
- Tomek, W. G and L. R, Kenneth. 1991. Agri-
culture Product Prices. Cornell Universi-
ty Press, New York.
- Wibowo, S. 1995. Industri Pengasapan
Ikan. Penebar Swadaya, Jakarta.
- _____, 2000. Pengolahan Ikan. Penebar
Swadaya, Jakarta.