

ANALISIS SALURAN PEMASARAN IKAN ASAP (STUDI KASUS KIOS NUR KELURAHAN LAPULU KECAMATAN ABELI KOTA KENDARI)

Analysis Of Smoked Fish Market (A Case Study Of Kios Nur, Lapulu, Abeli, Kendari City)

Nova Aulya¹, Sarini Yusuf², dan Irdam Riani²

1)Mahasiswa Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

2)Dosen Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

E-mail : novaaulya08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) saluran pemasaran ikan asap di Kelurahan Lapulu; (2) margin pemasaran ikan asap pada masing-masing saluran pemasaran; (3) efisiensi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2018. Teknik pengambilan sampel untuk pedagang pengumpul dan pengecer ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu ditentukan secara sengaja berdasarkan informasi dari produsen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu: (1) analisis kualitatif deskriptif; (2) analisis margin dan (3) analisis efisiensi. Hasil analisis ditemukan bahwa: (1) saluran pemasaran ikan asap pada Kios Nur di Kelurahan Lapulu terbentuk dua saluran pemasarannya itu saluran pemasaran I: produsen ke konsumen; dan saluran pemasaran II: yaitu produsen kepedagang pengumpul dan kepedagang pengecer serta kekonsumen; (2) margin pemasaran antara produsen dengan pedagang pengumpul sebesar Rp4.000 sedangkan dari pengumpul dan pengecer sebesar Rp3.000 sehingga total margin dari produsen sampai kekonsumen akhir yaitu sebesar Rp7.000; (3) pemasaran ikan asap yang efisien adalah pada pemasaran produsen langsung kekonsumen akhir pada Saluran I, dengan nilai Rp4.48% (<5% kriteriaefisien). Sedangkan lembaga pemasaran produsen kepedagang pengumpul dan pedagang pengecer pada Saluran II tidak efisien yang masing-masing memiliki nilai efisiensi sebesar 5.60%, 15.61%, dan 13.61% (>5% kriteria tidak efisien).

Kata Kunci: Abeli, efisiensi, ikan asap, margin, saluran pemasaran

ABSTRACT

This study aims to find out: (1) market channels for smoked fish in Lapulu Village; (2) market margin for smoked fish in each marketing channel; (3) market efficiency in each marketing agency. This research was conducted in February 2018. The sampling technique for collectors and retailers was determined by purposive sampling technique which was determined intentionally based on information from the producers. Data collection techniques are carried out by observation, interviews and documentation. Data were analyzed with: (1) descriptive qualitative analysis; (2) margin analysis and (3) efficiency analysis. The results found that: (1) the market channels of smoked fish at Nur kiosk formes two market channels, namely market channel I: producers to consumers; and market channels II: producers to collectors and retailers and consumers; (2) the market margin between producers and collectors is Rp4,000 while those from collectors and retailers is Rp3,000, so that the total margin from producers to final consumers is Rp7,000; (3) market efficiency of smoked fish is to market producers directly to end consumers on Channel I, with a value of IDR4.48% (<5% efficient criteria). In contrast, the producer of market agencies to the traders and retailers on Channel II is inefficient, each of which has an efficiency value of 5.60%, 15.61%, and 13.61% (> 5% inefficient criteria).

Keywords: Abeli, efficiency, smoked fish, margin, market channels

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan kegiatan yang terorganisir yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan serta lingkungannya, mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan, sampai dengan distribusi atau pemasaran yang dilaksanakan dalam suatu bisnis perikanan. Hasil perikanan merupakan komoditi yang cepat mengalami kemunduran mutu atau mengalami pembusukan, karena ikan mempunyai kandungan protein (18-30%) dan air yang cukup tinggi (70-80%) sehingga merupakan media yang baik bagi perkembangan bakteri pembusuk terutama dalam keadaan segar, sehingga ikan perlu diawetkan (Moeljanto, 1992).

Pengasapan ikan merupakan penggabungan dari proses penggaraman, pengeringan, dan pemberian asap. Ikan asap menjadi awet karena adanya pengurangan kadar air akibat dari proses pemanasan dan adanya senyawa-senyawa kimia di dalam asap seperti golongan fenol yang dapat menghambat pertumbuhan mikro organisme dan berperan sebagai anti oksidan, pengasapan juga memberikan warna, tekstur dan flavor yang khas (Daulay, 2014).

Kota Kendari merupakan salah satu kawasan pengembangan perikanan di Provinsi Sulawesi Tenggara khususnya di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari terkhusus di Pasar Lapulu. Secara umum distribusi ikan asap dari produsen di Kelurahan Lapulu dimulai dari pedagang pengumpul/pengecer di Kota Kendari dan Kabupaten Konawe Selatan, Namun yang terbanyak terdistribusi di Kota Kendari. Distribusi adalah suatu penyampaian barang atau jasa dari produsen kekonsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang

atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut menciptakan waktu, tempat dan pengalihan hak milik (Nitisemito, 1998).

Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir (Kotler and Keller, 2008). Sejauh ini penelitian tentang Saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi ikan cakalang asap khususnya di Kota Kendari belum tuntas dilakukan, sehingga penelitian ini mengangkat judul “Analisis Saluran Pemasaran Ikan Asap (Studi Kaus Kios Nur Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari”.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui saluran pemasaran ikan asap di Kelurahan Lapulu. Untuk mengetahui margin pemasaran ikan asap pada masing-masing saluran pemasaran. Mengetahui efisiensi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2018. Bertempat di Kios Nur Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari. Penentuan lokasi ditentukan dengan teknik *purposive Sampling*, yaitu di tentukan secara sengaja berdasarkan informasi dari produsen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus dimana, responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha ikan asap. Sedangkan sampel untuk pedagang pengumpul dan pengecer di tentukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu ditentukan secara sengaja berdasarkan informasi dari produsen.

Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Observasi, dilakukan dengan pengamatan langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi wilayah Pasar Lapulu dan sosial-demografi pengolahan ikan asap terkait dengan penelitian.
2. Wawancara, dilakukan dengan mewawancarai pengolah ikan asap sebagai sampel dan *key-person* yang berkompeten tentang masalah penelitian dengan menggunakan kuisioner.
3. Dokumentasi, dilakukan dengan mengambil data dari instansi terkait seperti produsen ikan asap, dan instansi terkait lainnya serta dari jurnal dan atau bahan publikasi lainnya yang relevan dengan kajian ini. Selain itu juga dilakukan dokumentasi tentang kegiatan produksi ikan asap dan pemasaran.

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

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden, yang meliputi : identitas produsen, dan pelaku pemasaran, jenis dan jumlah ikan asap yang dipasarkan, harga ikan asap pada produsen dan masing-masing pelaku pemasaran, jenis dan jumlah biaya pada masing-masing jenis pengeluaran. Data ini diperoleh melalui teknik observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi obyektif proses pengasapan ikan yang dilakukan oleh produsen ikan asap.
2. Data sekunder, yaitu data tertulis yang diperoleh dari instansi pemerintah, dan merupakan kumpulan data yang diperoleh dari Pemerintahan Lapulu dan Dinas Perikanan yang terdiri dari: data jenis dan jumlah usaha pengolahan ikan asap di Kelurahan

Lapulu dan data tentang kegiatan penyuluhan pengolahan ikan di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari.

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui margin pemasaran dan menghitung presentase margin pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

- a. Margin pemasaran yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran ikan asap (Hanafiah dan Saefudin, 1986).

$$M = H - H \dots\dots\dots (1)$$

Dimana :

- M = Margin pemasaran (Rp)
- Hp = Harga penjualan (Rp)
- Hb = Harga beli (Rp)

- b. Untuk menghitung presentase margin pemasaran digunakan rumus (Soekartawi, 2005).

$$\%M = MHE \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Dimana :

- %M= presentase margin (Rp)
- H = Harga Eceran (Rp/Kg)
- M = Margin (Rp/Kg)

- c. Soekartawi, (2002). Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran ikan asap pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

$$Eps = \frac{B}{H} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Dimana :

- Eps = Efisiensi pemasaran (%)
- Bp = Biaya pemasaran (Rp/Kg)
- HE = Harga eceran (Rp/Kg)
- Kriteria < 5% = efisiensi
- >5% = tidak efisiensi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kios Nur terletak di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari, usaha ini merupakan salah satu usaha yang mengolah ikan asap didaerah ini. Awal berdirinya usaha ini karena melihat adanya potensi dan mempunyai prospek yang cerah khususnya ikan asap sehingga usaha ini setiap bulannya meningkat mulai dari pembelian bahan baku mentah dan sampai dengan pemasaran. Kemudian hasil pengasapan pada Kios Nur didistribusikan ke pasar terdekat diantaranya Pasar Lapulu, Pasar Basah, dan Pasar Moramo, dengan

masing-masing permintaan ikan asap sebesar 40 kg/produksi.

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan dua macam pendekatan yaitu dari sisi pemilik usaha ikan asap yang berada pada Kios Nur di Kelurahan Lapulu dan pedagang pengumpul/pengecer yang berasal dari Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari.

Identitas responden yang diuraikan dalam penelitian meliputi umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman berusaha, yang dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Usaha Ikan Asap pada Kios Nur di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota kendari

No	Karakteristik Responden	Produsen	Pasar	
			P.Pengumpul	P.Pengecer
1	Umur	45	50	45
2	Tingkat Pendidikan	9	12	9
4	Pengalaman Usaha	9	9	9

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pemilik usaha ikan asap pada Kios Nur di Kelurahan Lapulu berumur 45 tahun. Sedangkan pedagang pengumpul berumur 50 tahun dan pedagang pengecer pada saluran pemasaran II 45 tahun, yang tergolong usia produktif sehingga produktivitas kerja masih cukup tinggi. Hal ini berdasarkan undang-undang No 13 tahun 2003 tentang ketenaga kerjaan, menyebutkan bahwa usia kerja adalah 15 tahun ke atas. Jadi dapat di simpulkan bahwa usia produktif yaitu mulai dari usia 15 sampai 54.

Berdasarkan tingkat pendidikan pemilik usaha ikan asap pada Kios Nur di Kelurahan Lapulu adalah 9 tahun. Sedangkan pedagang pengumpul yaitu 12 tahun dan pedagang pengecer yaitu 9

tahun. Tingkat pendidikan ini digolongkan hanya tamat SMP (Sekolah Menengah Pertama), tamat SMA (Sekolah Menengah Atas), sehingga daya serap terhadap perkembangan teknologi dan informasi masih kurang baik dan dapat terjadi kesulitan untuk mengadopsi hal-hal yang baru yang berguna bagi kemajuan usahanya.

Berdasarkan tingkat pendidikan pemilik usaha ikan asap pada Kios Nur dan pedagang dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan pemilik usaha ikan asap pada Kios Nur dan pedagang masih tergolong sedang dan rata-rata pemilik usaha telah memiliki pengetahuan dasar, sehingga pemilik usaha ikan asap pada Kios Nur dan pedagang perlu memperoleh pengetahuan non formal seperti penyuluhan untuk meningkatkan

pengetahuan masyarakat sehingga mudah menyerap teknologi baru.

Pengalaman usaha ikan asap pada Kios Nur dan pedagang merupakan proses penambahan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh diluar pendidikan formal yang dapat memberikan dampak positif bagi usaha ikan asap pada Kios Nur dan pedagang dalam mengelola usahanya. Pengalaman usaha ikan asap pada Kios Nur yaitu 9 tahun, sedangkan pedagang pengumpul 12 tahun dan pedagang pengecer yaitu 9 tahun.

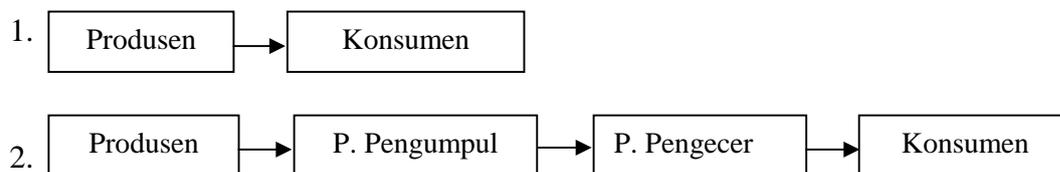
Pengalaman berusaha merupakan proses pembelajaran dan penambahan perkembangan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal maupun nonformal atau bisa diartikan sebagai suatu proses yang membawa seseorang

kepada suatu pola tingkah laku yang lebih tinggi (Asih, 2012).

Semakin lama pengalaman usaha ikan asap pada Kios Nur dan pedagang berusaha maka pemilik usaha ikan asap dan pedagang tersebut maka semakin matang menghadapi persoalan dalam usahanya. Sehingga mampu menentukan alternatif yang tepat untuk solusi dari persoalan yang dihadapi. Pengalaman pemilik usaha ikan asap pada Kios Nur dan pedagang dapat dikatakan berpengalaman.

Saluran Pemasaran Ikan Asap pada Kios Nur

Saluran pemasaran ikan asap yang terjadi di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli terdapat dua saluran pemasaran yaitu seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran ikan asap pada Kios Nur

Berdasarkan kedua saluran pemasaran pada Gambar 1 terlihat bahwa produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer memiliki lokasi yang berbeda-beda yaitu saluran pemasaran panjang dan saluran pemasaran pendek sebagai berikut :

1. Produsen menjual langsung kepada konsumen tanpa melibatkan lembaga pemasaran.
2. Produsen menjual kepada pedagang pengumpul, selanjutnya dijual kepada pedagang pengecer dan kemudian disalurkan kepada konsumen.

Analisis Margin Pemasaran Ikan Asap

Analisis margin pemasaran dengan menghitung margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran berdasarkan pengukuran harga penjualan dengan harga pembelian dan biaya yang dikeluarkan. Hasil perhitungan terhadap margin pemasaran dan besaran margin pemasarannya dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui besarnya margin yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran dan tingkat efisiensi saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Margin pemasaran ikan asap pada Kios Nur di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Jenis Ikan	Harga (Rp/Kg)		Margin (Rp/kg)	Presentasi Margin
			Beli	Jual		
I	Produsen	Cakalang	-	25.000	-	-
II	Produsen	Cakalang	-	20.000	-	-
	Pengumpul		20.000	24.000	4.000	16.67
	Pengecer		24.000	27.000	3.000	11.11
Total Margin dan Presentasi Margin					7.000	28.00

Sumber : Data primer diolah, 2018

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa total margin dan presentasi margin pemasaran ikan asap di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli sebesar Rp7.000/kg dan presentasi margin senilai Rp28.00

Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Cakalang Asap

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran usaha ikan asap pada Kios Nur yang terjadi di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli juga mempertimbangkan efisiensinya. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat efisiensi pemasaran ikan asap di Kios Nur pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Jenis Ikan	Biaya Pemasaran	Harga Eceran (Rp/Kg)	Tingkat Efisiensi (%)	Kriteria
I	Produsen	Cakalang	1.120	25.000	4.48	Efisien
II	Produsen	Cakalang	1.120	20.000	5.60	Tidak efisien
	Pengumpul		3.765	24.000	15.31	Tidak efisien
	Pengecer		3.765	27.000	13.61	Tidak efisien

Sumber : Data primer setelah diolah, 2018

Pedagang pengumpul ikan asap yang berada di Kelurahan Lapulu yang membeli ikan asap dari produsen dan memasarkannya kepada pedagang pengecer ikan asap. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang berada di Pasar Mall Mandonga yang membeli ikan asap dari pedagang pengumpul dan menjualnya langsung ke konsumen akhir di Pasar Basah Mall Mandonga (Kota Kendari), dan di Pasar Moramo (Kabupaten Konawe Selatan). Tempat penjualan yang digunakan pedagang pengecer yaitu dilingkup pasar-pasar tradisional.

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli ikan asap kepada pedagang pengumpul. Melalui pedagang

pengecer di pasar tradisional, pedagang pengecer membeli ikan asap sebanyak 40 kg dari pengumpul dengan harga Rp24.000. Pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen akhir dengan harga Rp27.000. Dari dua saluran pemasaran ikan asap yang terbaik pemasarannya yaitu saluran I, karena produsen memasarkan langsung ke konsumen sehingga marginnya lebih rendah Rp10.000 dengan presentasi margin 40.00%, walaupun pedagang pengecer menetapkan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga ditingkat produsen.

Hal ini sesuai dengan Fitra (2016) melakukan penelitian Pemasaran Ikan Asap di Pasar Langgam Kecamatan

Langgam Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Pemasaran ikan asap dari sisi produk tergolong kualitas produk bagus dan jenis ikan Selais, Baung, Patin, dan Motan. Distribusi ikan asap di Pasar Langgam cukup pendek, yaitu produsen pengolah ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer sampai kepada konsumen akhir.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Saluran pemasaran ikan asap pada Kios Nur di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli melalui dua pola saluran pemasaran yaitu, (1) produsen → konsumen. (2) produsen → pedagang pengumpul → pedagang pengecer konsumen. Total margin terbesar berada pada saluran pemasaran I dari produsen ke konsumen Rp10.000 sedangkan saluran pemasaran II yaitu Rp12.010. Saluran pemasaran I dari produsen ke konsumen telah efisien dengan nilai efisiensi 4.48% sedangkan pada saluran pemasaran II semua lembaga pemasaran tidak efisien yaitu nilai efisiensi > 5%.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, T. 2011. Pengaruh Pengalaman Terhadap Peningkatan Keahlian Auditor Dalam Bidang Auditin. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Daulay. 2014. Pengolahan Tradisional Pengasapan Ikan Cakalang (*Katsuoonus Pelamis*). Makalah Pribadi Dasar Teknologi Hasil Perairan. Manajemen Sumberdaya Perairan. Universitas Sumatra Utara.
- Fitra, W. 2016. Pemasaran dan Permintaan Ikan Asap. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan. Universitas Riau.
- Hanafiah dan Saefudin 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Kotler, P and Keller. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Moeljanto, R. 1992. Pengawetan dan Pengolahan Hasil Perikanan. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nitisemito. 1998. Manajemen Sumberdaya Manusia. Cetakan Sembilan, Edisi Ketiga. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- . 2005. Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis. CV. Balu Media Adhikarsa. Denpasar.