

ANALISIS PEMASARAN IKAN ASAP (Studi Kasus di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)

M. Dahlan Ghozali, Shofia Nur Awami, Rossi Prabowo

Program Studi Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim Semarang
mdghozali111@gmail.com

ABSTRAK

Ikan asap merupakan salah satu komoditas yang mudah rusak sehingga dalam pemasarannya harus mendapatkan perhatian yang serius. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan berpengaruh pada kualitas, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui saluran pemasaran ikan asap, margin pemasaran ikan asap, dan efisiensi saluran pemasaran ikan asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analitis. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Responden yang dilibatkan dalam penelitian di antaranya adalah produsen ikan asap, pedagang serta konsumen akhir, yang ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran ikan asap, yaitu (1) saluran tingkat nol: dari produsen sampai ke konsumen tanpa melewati perantara; (2) saluran tingkat satu: dari produsen sampai ke konsumen melewati satu perantara; dan (3) saluran tingkat dua: dari produsen sampai ke konsumen melewati dua perantara. Margin pemasaran ikan asap dari produsen sampai dengan konsumen akhir sebesar Rp1.000,00/potong. Margin masing-masing lembaga adalah produsen sebesar Rp200,00/potong, pedagang pemborong sebesar Rp300,00/potong, dan pedagang pengecer sebesar Rp500,00/potong. Nilai efisiensi pemasaran ikan asap pada saluran tingkat nol 6,25 persen, saluran tingkat satu 11,11 persen, dan saluran tingkat dua 26,92 persen.

Kata kunci: analisis pemasaran, margin, efisiensi, ikan asap.

PENDAHULUAN

Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan (2011), jumlah produksi ikan di Indonesia pada tahun 2010 sebanyak 11.662.342 ton; produksi perikanan tangkap sebanyak 5.384.418 ton dan produksi perikanan budidaya sebanyak 6.277.924 ton. Produksi yang dihasilkan dari kegiatan perikanan tersebut pada tahun 2011 mencapai 515 ribu ton dengan nilai 4,93 triliun rupiah. Produksi perikanan didominasi oleh perikanan darat sebesar 251,52 ribu ton (sekitar 50 persen dari total produksi perikanan) dengan nilai sebesar 1,45 triliun rupiah. Sementara jumlah pengolahan ikan di Jawa Tengah yang melalui proses pengasapan/pemanggang ikan mencapai 30%, pemindangan 23%, penggaraman/pengeringan 19%, sedangkan sisanya menggunakan teknik lain.

Pengasapan ikan merupakan salah satu usaha pengolahan ikan yang tergolong tradisional yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan. Produk ikan asap merupakan makanan yang siap dikonsumsi, karena selama proses pengasapan cukup untuk mematangkan daging ikan dan membunuh bakteri-bakteri yang bersifat patogen. Selain itu, pengasapan menghasilkan aroma khas ikan asap dan memberikan efek pengawetan bagi ikan karena adanya zat-zat kimia yang terkandung dalam asap yang mampu berperan sebagai zat pengawet. Proses pengasapan dikenal dengan 2 cara, yaitu pengasapan panas (*hot smoked*) dan pengasapan dingin (*cold smoked*) (BSN SNI 2725.3, 2009).

Ikan-ikan yang umum diolah menjadi ikan asap antara lain ikan pari, tuna, tongkol, cakalang, tenggiri, layaran, patin, lele dan lain-lain. Secara umum, pengolahan ikan asap kurang populer dibanding dengan pengolahan ikan lainnya, seperti pengasinan, pemindangan (*presto*), dan pengalengan. Kemungkinan besar kondisi ini disebabkan oleh pengolahan ikan asap hanya dikenal di daerah-daerah tertentu dengan konsumen yang terbatas, seperti Jawa Tengah dan Jawa Timur yang terkenal dengan ikan mangut (Suhendar, 2010).

Kabupaten Kendal sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah merupakan daerah yang kaya dan potensial akan hasil laut karena wilayah Kendal bagian utara adalah pantai bagian dari laut Jawa. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal tahun 2012, menunjukkan hasil komoditas perikanan Kabupaten Kendal cenderung mengalami peningkatan setiap tahun sebagaimana tersaji dalam Tabel 1. Melimpahnya sumber daya ikan yang dimiliki Kabupaten Kendal, semua hasilnya belum diolah dengan proses modern (pengalengan). Hasil tangkapan nelayan dijual langsung kepada konsumen atau pedagang ikan dan sebagian diolah dengan proses yang masih tradisional seperti pengasinan dan pengasapan. Pengasapan ikan hampir dapat dijumpai di seluruh kawasan pantai dan sekitar TPI (tempat pelelangan ikan) di Kabupaten Kendal. Kabupaten Kendal memiliki empat TPI, yaitu Tawang (Rowosari), Sendang Sikucing (Rowosari), Tanggul Malang (Cepiring), dan Bandengan (Patebon).

Tabel 1 Komoditas Perikanan Kabupaten Kendal (ton)

Komoditas	2009	2010	2011
Bandeng	1.186.095	1.250.441	2.580.404
Udang	477.192	429.764	1.091.344
Lele	5.308.971	28.866	194.103
Rucah	162.658	159.888	163.545
Nila	33	337	60.000
Gurami	136	1.770	15.000

Sumber: BPS Kabupaten Kendal, 2012.

Ikan asap merupakan salah satu komoditas hasil pengolahan ikan basah, yang mempunyai tujuan agar ikan memiliki daya tahan/keawetan cukup panjang (tidak cepat membusuk) hingga sampai ke tangan konsumen, memberikan aroma dan rasa yang khas serta meningkatkan nilai tambah dari ikan basah. Adapun yang perlu mendapat perhatian selain proses pengolahan ikan adalah pendistribusian komoditas. Berdasarkan uraian tersebut, ada tiga masalah dalam penelitian ini. *Pertama*, bagaimana saluran pemasaran ikan asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal? *Kedua*, berapa besarnya margin pemasaran ikan asap? *Ketiga*, apakah saluran pemasaran ikan asap sudah efisien atau belum?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai Mei tahun 2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Penelitian ini melibatkan produsen ikan asap sampai dengan konsumen akhir. Metode penentuan sampel menggunakan metode *snowball sampling*. Responden yang terlibat 11 produsen ikan asap, pedagang pemborong berjumlah 3 orang, pedagang pengecer berjumlah 14 orang, dan konsumen berjumlah 28 orang.

Teknik Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner yang telah disiapkan. Ada tiga analisis yang dilakukan dalam penelitian ini. *Pertama*, analisis saluran pemasaran; menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan melakukan penelusuran dari tingkat produsen ikan asap sampai ke konsumen akhir.

Kedua, analisis margin pemasaran; untuk menganalisis margin pemasaran dari masing-masing lembaga dilakukan dengan mengurangkan harga jual dengan harga beli, secara matematis sebagaimana berikut ini:

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

Margin dapat dihitung dengan menjumlahkan besarnya biaya pemasaran dengan keuntungan pemasaran secara matematis dapat dituliskan dengan rumus:

$$M_{ji} = C_i + \pi_i$$

Guna mengetahui besarnya margin pemasaran dan biaya pemasaran maka dapat dihitung keuntungan pemasaran yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi_i = M_{ji} - C_i$$

Sehingga total margin pemasaran adalah:

$$M_j = \sum M_{ji}$$

Keterangan:

M_{ji} = margin pemasaran pada lembaga pemasaran desa/kecamatan (Rp/potong)

P_{si} = harga jual lembaga pemasaran desa/kecamatan (Rp/potong)

P_{bi} = harga beli lembaga pemasaran desa/kecamatan (Rp/potong)

C_i = biaya pemasaran lembaga pemasaran desa/kecamatan (Rp/potong)

π_i = keuntungan lembaga pemasaran desa/kecamatan (Rp)

M_j = total margin pemasaran (Rp/potong)

i = lembaga pemasaran tingkat desa/kecamatan (Soekartawi, 2002).

Ketiga, analisis efisiensi pemasaran: yaitu perbandingan antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dijual (harga eceran) dinyatakan dengan persen (Soekartawi, 2002). Persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

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

Keterangan

E_p = efisiensi pemasaran

B_p = biaya pemasaran

H_E = harga eceran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Wilayah dan Karakteristik Responden

Wilayah Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal terdiri atas 15 desa. Secara topografis, Kecamatan Cepiring merupakan daerah dataran rendah dan sebagian wilayah berpantai dengan ketinggian 1 sampai 5 meter dari permukaan laut. Luas wilayah Kecamatan Cepiring sebesar 30,07 km² sebagian besar merupakan lahan bukan pertanian seluas 16,70 km² atau 47,7% dari total luas kecamatan (Statistik Kecamatan Cepiring, 2015).

Produsen ikan asap mendapatkan bahan baku ikan segar dari Tempat Pelelangan Ikan Tanggul Malang yang merupakan sentra ikan segar dari hasil tangkapan nelayan. Karakteristik berdasarkan umur, dari 11 produsen ikan asap mayoritas berada pada kisaran umur 41–50 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan, kebanyakan produsen ikan asap menempuh pendidikan formal hanya sampai pada tingkat SD, sementara lama usaha, produsen ikan asap mayoritas menjalani usahanya berkisar antara 11–20 tahun. Volume produksi tertinggi pada kisaran 51–100 kg/produksi dan mayoritas awal mulai usahanya karena faktor warisan keluarga.

Pedagang pemborong (agen) adalah orang yang menjadi perantara yang mengusahakan penjualan bagi pedagang lain. Karakteristik 3 orang pedagang pemborong berdasarkan umur, mayoritas pedagang pemborong berumur 40–50 tahun. Tingkat pendidikan, mayoritas pedagang pemborong menempuh pendidikan formal sampai tingkat SD. Jumlah seluruh pedagang

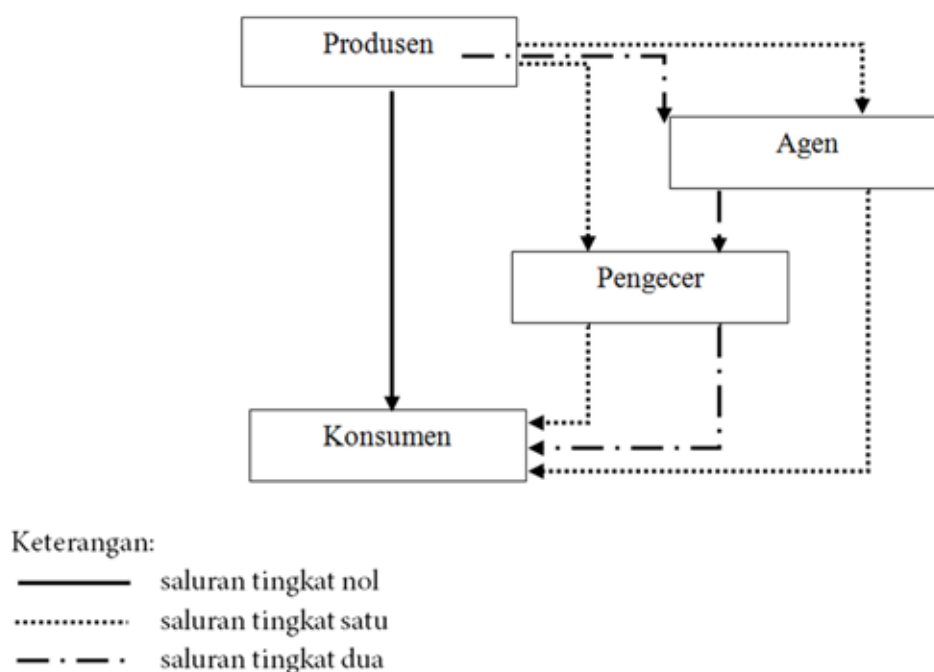
pemborong tersebut menjalani usahanya minimal sudah berjalan 10 tahun dan yang paling lama sudah berjalan 15 tahun, semua memulai usahanya dengan merintis sendiri. Rata-rata volume pembelian dari produsen di atas 2.000 potong.

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli ikan asap dari pedagang pemborong (agen) dan menjualnya lagi kepada konsumen. Pedagang pengecer terbagi menjadi dua, yaitu pedagang keliling dan pedagang warung. Jumlah pedagang pengecer yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 14 orang, 6 orang sebagai pedagang pengecer keliling dan 8 orang sebagai pedagang pengecer warungan (kios). Karakteristik dari segi umur, mayoritas umur pedagang pengecer antara 41–50 tahun. Pedagang pengecer mayoritas menempuh jalur pendidikan hanya sampai pada tingkat SD. Karakteristik lama usaha, mayoritas pedagang pengecer menjalani usaha selama 11–20 tahun. Mayoritas pedagang pengecer menjalankan usahanya karena faktor warisan.

Konsumen adalah responden yang membeli ikan asap baik dari produsen, pedagang pemborong, maupun pedagang pengecer dan tidak dijual kembali. Konsumen yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 28 orang. Berdasarkan umur, rata-rata konsumen berada pada kisaran umur 30–40 tahun. Tingkat pendidikan yang ditempuh konsumen paling tinggi hanya sampai tingkat SMA. Para konsumen rata-rata memiliki jumlah anggota keluarga pada kisaran 1–5 orang. Jenis pekerjaan dari 28 responden konsumen tersebut adalah swasta, pedagang, petani, nelayan dan mayoritas konsumen memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

Saluran Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran ikan asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal, di dalamnya terdapat beberapa lembaga yang terlibat dalam menyalurkan ikan asap sampai ke konsumen akhir. Lembaga tersebut adalah produsen, pedagang pemborong (agen) dan pedagang pengecer. Secara sistematis dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Alur Saluran Pemasaran Ikan Asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal.

Saluran pertama adalah bahwa produsen menjual langsung ikan asap kepada konsumen. Namun, pada saluran tingkat nol ini volume penjualan produk ikan asap kepada konsumen

langsung tidak sebesar seperti volume penjualan kepada pedagang pemborong. Hal ini terjadi karena produsen memprioritaskan penjualan ikan asap kepada pedagang pemborong. Saluran pemasaran tingkat satu ini dibedakan menjadi dua, yaitu (1) perantaranya adalah pedagang pemborong (agen), dan (2) perantaranya adalah pedagang pengecer. Pada saluran ini, produsen menjual ikan asap kepada perantara, kemudian perantara tersebut menjual langsung ikan asap kepada konsumen.

Saluran tingkat dua, pemasaran ikan asap dari produsen ke konsumen melewati dua perantara. Produsen menjual ikan asap kepada pedagang pemborong (agen), selanjutnya pedagang pemborong menjual ikan asap kepada pedagang pengecer. Selanjutnya pengecer menjual langsung ke konsumen. Para pengecer biasanya berjualan secara keliling dan sebagian pengecer memiliki kios sendiri sehingga konsumen datang ke kios pedagang pengecer tersebut. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Yulinda & Sitanggung (2011) yang menyebutkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran ikan asap di Kecamatan Rantau Kopar. Hasil ini juga diperkuat oleh Johan (2011) yang menyatakan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran khususnya produk olahan makanan.

Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran ikan asap secara terperinci dapat dilihat pada Tabel 2, yang menunjukkan adanya biaya yang dikeluarkan pada masing-masing lembaga pemasaran ikan asap. Biaya yang dikeluarkan produsen terdiri atas biaya komunikasi, transportasi, dan pengemasan. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pemborong terdiri atas biaya komunikasi, transportasi, pengemasan, dan biaya tenaga kerja. Adapun biaya yang dikeluarkan pada pedagang pengecer terdiri atas biaya komunikasi, transportasi, pengemasan, dan tenaga kerja.

Tabel 2 Biaya Setaiap Lembaga Pemasaran Ikan Asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal

No.	Lembaga	Jenis Biaya	Jumlah (Rp/potong)
1	produsen	pemasaran (komunikasi, transportasi, pengemasan)	50,00
2	pedagang pemborong	pemasaran (komunikasi, transportasi, pengemasan, tenaga kerja)	100,00
3	pedagang pengecer	pemasaran (komunikasi, transportasi, pengemasan, tenaga kerja)	250,00

(Sumber: analisis data primer, 2016)

Biaya tertinggi didapatkan pada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp250,00/potong karena pedagang pengecer harus menjual ikan asap sampai konsumen akhir.

Tabel 3 Margin Pemasaran Ikan Asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/potong)	Harga Jual (Rp/potong)	Margin (Rp/potong)	Keterangan
1	produsen	600,00	800,00	200,00	saluran tingkat nol
2	pedagang pemborong	600,00	900,00	300,00	saluran tingkat satu
3	pedagang pengecer	800,00	1.300,00	500,00	saluran tingkat dua

(Sumber: analisis data primer, 2016)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai margin yang tertinggi pada lembaga pemasaran ikan asap terdapat pedagang pengecer yaitu sebesar Rp500,00/potong. Perbedaan margin pada setiap lembaga karena adanya perbedaan harga jual dan harga beli antara lembaga yang terlibat dalam pemasaran ikan asap. Terjadinya perbedaan harga ini karena adanya biaya yang dikeluarkan pada setiap lembaga. Selain itu, panjang saluran pemasaran juga memengaruhi harga pada setiap lembaga yang terlibat dalam pemasaran ikan asap. Perihal ini selaras dengan

hasil penelitian Ismail (2008) dan diperkuat dengan penelitian Yulinda & Sitanggung (2011). Hasil tersebut menyatakan terjadinya perbedaan margin dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen akhir karena cukup panjangnya saluran pemasaran yang terjadi sehingga berpengaruh pada biaya, harga dan keuntungan.

Tabel 4 Margin Keuntungan Lembaga Pemasaran Ikan Asap di Kecamatan Cepiring Kab. Kendal

No.	Lembaga Pemasaran	Biaya (Rp/potong)	Harga Beli (Rp/potong)	Harga Jual (Rp/potong)	Keuntungan (Rp/potong)
1	produsen	50,00	600,00	800,00	150,00
2	pedagang pemborong	100,00	600,00	900,00	200,00
3	pedagang pengecer	250,00	800,00	1.300,00	250,00

(Sumber: analisis data primer, 2016)

Berdasarkan Tabel 4, margin keuntungan tertinggi terdapat pada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp250,00/potong. Perbedaan keuntungan ini disebabkan karena perbedaan harga serta biaya pada setiap lembaga, misalkan biaya transportasi, pengemasan, komunikasi, dan biaya tenaga kerja. Harga yang diterima konsumen akan semakin tinggi apabila perantara dalam pemasaran ikan asap ini semakin banyak.

Efisiensi Pemasaran

Tabel 6 Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal

Uraian	Saluran Tingkat Nol	Saluran Tingkat Satu	Saluran Tingkat Dua
Produsen			
Harga Jual (Rp/potong)	600,00	-	-
Biaya Pemasaran (Rp/potong)	50,00	-	-
Pedagang Pemborong			
Harga beli (Rp/potong)	-	600,00	600,00
Harga jual (Rp/potong)	-	800,00	800,00
Biaya Pemasaran (Rp/potong)	-	100,00	100,00
Pedagang Pengecer			
Harga beli (Rp/potong)	-	-	800,00
Harga jual (Rp/potong)	-	-	1.300,00
Biaya Pemasaran (Rp/potong)	-	-	250,00
Total Biaya Pemasaran (Rp/potong)	50,00	100,00	350,00
Harga Konsumen (Rp/potong)	800,00	900,00	1.300,00
Efisiensi (%)	6,25	11,11	26,92

(Sumber: analisis data primer, 2016)

Tabel 6 menunjukkan bahwa apabila nilai efisiensi yang didapatkan semakin kecil, maka semakin tinggi tingkat efisiensi pada saluran pemasaran ikan asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal. Tingkat efisiensi yang tertinggi diperoleh pada saluran tingkat nol dengan nilai efisiensi sebesar 6,25%. Hal ini menunjukkan bahwa saluran tingkat nol ini merupakan yang paling efisien di antara saluran lain karena biaya pemasaran yang dikeluarkan saluran tingkat nol merupakan yang paling rendah di antara saluran lain.

KESIMPULAN

- 1) Terdapat tiga saluran pemasaran ikan asap di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal, yaitu (a) saluran tingkat nol; (b) saluran tingkat satu, terdapat dua macam yaitu saluran pemasaran ikan

asap dari produsen ke konsumen melalui pedagang pemborong dan saluran pemasaran ikan asap dari produsen ke konsumen melalui pedagang pengecer; dan (c) saluran tingkat dua, yaitu saluran pemasaran ikan asap dari produsen ke konsumen yang melalui pedagang pemborong dan pedagang pengecer.

- 2) Total margin pemasaran antara produsen sampai konsumen sebesar Rp1.000,00/potong. Nilai margin pada produsen sebesar Rp200,00/potong. Margin pada pedagang pemborong sebesar Rp300,00/potong dan pada pedagang pengecer sebesar Rp500,00/potong. Margin keuntungan pada produsen sebesar Rp150,00/potong, margin keuntungan pedagang pemborong sebesar Rp200,00/potong dan pada pedagang pengecer sebesar Rp250,00/potong.
- 3) Tingkat efisiensi tertinggi terdapat pada saluran tingkat nol dengan nilai efisiensi 6,25%.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standarisasi Nasional. 2009. SNI 2725.3.2009. *Ikan Asap-Bagian 3: Penanganan dan Pengolahan*. Jakarta.
- BPS Kabupaten Kendal. 2012. *Indeks Pembangunan Manusia Kabupaten Kendal 2011*.
- BPS Kabupaten Kendal. 2015. *Statistik Kecamatan Cepiring 2015*.
- Ismail, G. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Layang Segar (*Decapterus russeli*) di TPI Pelabuhan Kota Tegal. *Jurnal Mediagro*, 4 (2).
- Johan, S. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2011, *Statistik Kelautan dan Perikanan 2010*, Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suhendar, U., dkk. 2010. Kajian Strategi Pemasaran Ikan Asap (Smoked Fish) di UKM Petikan Cita Halus Citayam - Bogor. *Jurnal Manajemen IKM*, 5.
- Yulinda, E. & Sitanggung, H. 2011. Analisis Pemasaran Ikan Asap Selais Asal Rantau Kopar. *ejurnal.unri.ac.id*.