

## SALURAN PEMASARAN IKAN BANDENG DI KECAMATAN POPAYATO BARAT KABUPATEN POHUWATO

Miftahuljannah Tanjung Api <sup>\*) 1)</sup>, Yanti Saleh <sup>2)</sup>, Amelia Murtisari <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo  
Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128

<sup>2)</sup> Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo  
Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze: 1) milkfish marketing channels in Popayato Barat Sub-district, Pohuwato Regency, 2) marketing margins of milkfish in the aforementioned area, 3) and the market structure. In analyzing the data, descriptive analysis, marketing margin analysis, market share analysis, and market concentration analysis were used. The results of the study show the form of milkfish marketing channels, namely in the form of indirect marketing channels, while the marketing margin is calculated from the selling price at the collecting level is Rp. 13.000 and the purchase price at the farm level are Rp. 11.000/kg, the marketing margin of milkfish is IDR 2.000/kg; the market structure is a type of highly competitive market structure.*

**Keywords:** Milkfish, Marketing Channels, Marketing Margin, Market Structure

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : 1) mengetahui saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, 2) mengetahui margin pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, 3) mengetahui struktur pasar ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis margin pemasaran, analisis pangsa pasar dan analisis konsentrasi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bentuk saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato merupakan bentuk saluran pemasaran tidak langsung, margin pemasaran yang dihitung dari selisih harga jual di tingkat pedagang pengumpul Rp.13.000 dan harga beli di tingkat petani tambak Rp.11.000/kg sehingga total margin pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato yaitu sebesar Rp.2000/kg, struktur pasar ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato memiliki struktur pasar persaingan sempurna.

**Kata Kunci:** Ikan Bandeng, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Struktur Pasar

### PENDAHULUAN

Peningkatan produksi ikan bandeng di Indonesia menandakan potensi ikan bandeng masih sangat besar dan dapat dikembangkan. Budidaya perikanan tambak sangat berpotensi untuk dikembangkan karena kondisi geografis Indonesia memiliki garis pantai terpanjang keempat di dunia yaitu sebesar 95.181 km<sup>1</sup>. Nilai produksi perikanan tangkap pada tahun 2016 mencapai Rp. 125, 38 Triliun dengan volume produksi 6,83 juta ton. Budidaya perikanan tambak memanfaatkan air payau sehingga biasanya dilakukan di kawasan pesisir. Sampai tahun 2013, penggunaan tambak tambak di Indonesia mencapai 650.509 ha dan potensi pengembangan tambak yang belum digunakan masih sangatlah tinggi yakni sebesar 2.313.822 ha (78.05%) (KKP, 2013). Selain itu, tambak merupakan jenis perikanan budidaya yang mempunyai kontribusi terbesar pada nilai produksi perikanan budidaya yakni sebesar 38.08% atau Rp. 42.48 triliun pada tahun 2013, (KKP, 2014).

Pembangunan sektor perikanan adalah suatu proses perubahan dan pembaharuan yang berencana menuju tatanan masyarakat, khususnya masyarakat perikanan yang lebih baik. Perikanan berperan cukup penting, terutama apabila dikaitkan dengan upaya peningkatan kualitas dan kuantitas produk perikanan, menyediakan bahan baku industri, menghasilkan protein hewani untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, meningkatkan ekspor, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, dan mendukung pembangunan wilayah dan tetap memperhatikan kelestarian dan fungsi lingkungan hidup. Salah satu komoditi perikanan yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan adalah ikan bandeng (*chanos chanos*). Budidaya ikan bandeng banyak dilakukan antara lain karena mampu beradaptasi dengan suhu lingkungan yang ditempatinya dengan kisaran 15° - 40° Celcius, (Nurdiana dan Marhawati 2018:64).

Pemanfaatan sumberdaya perikanan dan kelautan tidak terbatas pada penangkapan

---

\*Alamat Email:  
miftahuljannahtja@gmail.com

ikan di perairan, tetapi juga pada pemanfaatan sumberdaya perikanan secara budidaya. Jenis ikan yang banyak dikembangkan melalui budidaya adalah ikan bandeng. Hal yang mendasari banyaknya budidaya ikan bandeng antara lain ikan bandeng memiliki sifat yang relatif mudah untuk dibudidayakan, pertumbuhannya cepat, serta memiliki kemampuan untuk hidup pada kisaran salinitas yang tinggi (euryhaline). Produksi ikan bandeng Indonesia dihasilkan oleh para pembudidaya ikan yang ada di seluruh Indonesia dan biasanya bersekala kecil, (Elpawati, 2014:84).

Provinsi Gorontalo adalah suatu daerah yang mempunyai potensi perikanan yang cukuplah besar yang dibuktikan dari total luas perairan laut hingga  $\pm 50.500$  km<sup>2</sup> dengan panjang garis pantai  $\pm 590$  km. Pada subsektor budidaya air payau utamanya tambak, Provinsi Gorontalo mempunyai area pemanfaatan pemanfaatan tambak budidaya air payau seluas 4.408 Ha serta tersebar di tiga kabupaten yakni Kabupaten Pohuwato, Kabupaten Boalemo dan Kabupaten Gorontalo Utara pada tahun 2011. Dari total area tersebut, sebagian besar dipakai sebagai tambak budidaya ikan bandeng, namun pada tahun 2011, jumlah produksi ikan bandeng menurun sebesar 3,017 ton dari tahun 2010 yakni 3,822 ton. Tingkat konsumsi ikan bandeng di Provinsi Gorontalo masih sangat minim, dilihat dari belum adanya data tertulis tentang tingkat konsumsi serta adanya kegiatan pengotambak untuk jenis ikan bandeng, (DKP Provinsi Gorontalo, 2012).

Kabupaten Pohuwato memiliki tambak tambak yang cukup luas yaitu 3.284 ha dengan produksi 1.543,60 ton. Kalau dilihat dari luas tambak dengan produksi yang ada, tambak di Kabupaten Pohuwato produktivitasnya tergolong masih rendah, namun masih dapat melalui pengotambak tambak yang tepat dan penerapan teknologi yang sesuai dengan kesesuaian tambak (Umar, 2017:2).

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2015 sampai 2016 Kecamatan Popayato Barat memiliki hasil produksi ikan bandeng 199,32 ton (BPS, 2017). Namun permasalahan yang terdapat di Kecamatan Popayato Barat adalah pengelolaan terhadap pemasaran ikan bandeng belum dijalankan dengan baik, jadi pemasaran ikan bandeng belum optimal. Hal ini menjadi alasan perlunya dilakukan penelitian terkait saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat. Karena hal ini dapat meningkatkan pendapatan atau memperbaiki ekonomi petani tambak di

Kecamatan Popayato Barat. Produksi perikanan laut dan darat (ton) di Kecamatan Popayato Barat dapat dilihat di Tabel berikut:

**Tabel 1.**  
**Produksi Perikanan Laut dan Darat (Ton) Di Kecamatan Popayato Barat, 2015-2016**

Jenis Perikanan	2015	2016
<b>Perikanan Tangkap</b>	1.817,28	1.817,28
<b>Air Payau</b>		
Bandeng	199,32	199,32
Udang Windu		
Udang Vaname	410,53	410,53
<b>Air Laut</b>		
Rumput Laut	900,00	900,00
Kerapu	2,49	2,49
Mutiarra		
<b>Air Tawar</b>		
Ikan Nila	0,26	0,26
Ikan Mas		
Ikan Lele	0,12	0,12

Sumber: Kecamatan Popayato Barat Dalam Angka, 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran ikan bandeng, margin pemasaran ikan bandeng, dan untuk mengetahui bagaimana struktur pasar ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Ikan Bandeng

Ikan bandeng merupakan produk perikanan tambak yang memiliki produksi cukup tinggi. Kegiatan produksi ikan bandeng didominasi oleh petani kecil atau smallholder. Dalam sistem pemasaran ikan bandeng, petani cenderung berperan sebagai penerima harga (price taker) dan tidak memiliki posisi tawar menawar (bargaining power) yang cukup kuat. Harga yang diterima petani tidak mengikuti pola pergerakan harga di tingkat konsumen. Kondisi tersebut menjadi dasar hipotesis bahwa terdapat disintegrasi pada dua tingkat pasar vertikal dalam pemasaran ikan bandeng. Kondisi pasar yang tidak terintegrasi dengan baik menunjukkan bahwa pasar ikan bandeng belum berjalan dengan efisien. Salah satu ciri pasar yang efisien adalah harga dapat ditransmisikan dari pasar konsumen ke pasar produsen secara terintegrasi dan sebaliknya, (Azgara, 2016:20).

Bandeng merupakan salah satu komoditas potensial di dalam usaha diversifikasi budidaya yang tahan akan perubahan lingkungan dalam rangka mempertahankan produktivitas tambak. Sebagai salah satu pengganti komoditas udang windu, bandeng mempunyai banyak keunggulan, seperti tidak rentan terhadap serangan penyakit dan mudah dalam pemeliharannya. Untuk kesuksesan dalam melaksanakan budidaya pembesaran bandeng dengan cara tradisional dapat diperhatikan beberapa aspek, misalnya: pemilihan lokasi, persiapan tambak, penebaran nener, pemberian pakan, serta pengaturan antara air. Bandeng mempunyai keunggulan komparatif dan strategis daripada komoditas perikanan lain ditambak, (Rangka dan Asaad, 2010:187).

Ikan Bandeng memiliki daerah penyebaran alami di laut tropik Indo Pasifik serta dominan di daerah Asia. Di Asia Tenggara, ikan bandeng berada di daerah perairan pantai Burma, Thailand, Philipina, Vietnam, Malaysia, dan Indonesia. Penyebarannya sangatlah dipengaruhi oleh faktor lingkungan misalnya fase bulan, pasang surut, arus air, serta kelimpahan plankton. Ikan bandeng (*chanos channos*) hidup di perairan laut yang memiliki salinitas 35% hingga ke muara-muara sungai yang memiliki salinitas 15-20%, sehingga ikan bandeng digolongkan ke dalam euryhaline (mampu mentolerir perubahan salinitas yang sangat luas). Ikan bandeng dewasa umumnya berada di perairan littoral, pada musim pemijahan induk ikan bandeng selalu dijumpai berkelompok pada jarak yang tidak terlalu jauh dari pantai dengan ciri-ciri habitat perairan jernih, dasar perairan berpasir, serta berkarang dengan kedalaman antara 10-30m, (Rachmanzah, 2014:26).

### **Pemasaran**

Pemasaran adalah hal terpenting dalam melakukan sebuah usaha perikanan karena hal ini merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh pada tinggi rendahnya pendapatan seorang petani tambak. Produksi yang tinggi akan sia-sia apabila harga jualnya rendah. Oleh karena itu tingginya produksi tidak selalu menyediakan keuntungan yang tinggi tanpa disertai dengan adanya pemasaran yang efisien. Untuk memperoleh keuntungan yang tinggi, dibutuhkan sistem pemasaran yang mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil terhadap produsen dan lembaga pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran bisa menyebabkan selisih harga di tingkat konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Harga yang tinggi di tingkat konsumen belum tentu memberikan

keuntungan yang tinggi bagi produsen ikan bandeng. (Nurdiana dan Marhawati 2018:65).

Kegiatan pemasaran memiliki peran untuk menghubungkan produsen dengan konsumen. Dengan demikian, pemasaran yang efisien mutlak dibutuhkan untuk menciptakan harga rendah. Efisiensi pemasaran pun sangat dipengaruhi oleh efisiensi sistem transportasi yang menghubungkan lokasi produsen dengan konsumen karena biaya transportasi nantinya mempengaruhi harga penawaran. Sistem pemasaran komoditas pertanian yang tidak efisien, seperti yang terjadi pada hampir setiap daerah produksi pertanian, menyebabkan posisi petani kurang menguntungkan. Semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasaran, (Elisa, Hadayani dan Effendy, 2016:81).

### **Lembaga Pemasaran**

Ilahude (2013:4) lembaga pemasaran adalah suatu badan usaha atau individu yang menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen untuk konsumen akhir memiliki hubungan dengan badan usaha ataupun individu lain. Tugas lembaga pemasaran adalah melaksanakan fungsi pemasaran dan memenuhi keinginan konsumen seoptimal mungkin. Lembaga-lembaga yang ikut serta dalam proses pemasaran ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Tengkulak (Pedagang Pengumpul) merupakan lembaga pemasaran yang terhubung secara langsung dengan petani, tengkulak ini menjalankan transaksi dengan petani secara tunai, ijin maupun kontrak pembelian.
- b. Pedagang besar adalah pedagang yang selain melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, pedagang besar juga melakukan proses penyebaran (distribusi) ke agen penjualan maupun pengecer.
- c. Agen penjual, produk pertanian yang belum ataupun sudah mengalami proses pengotambak ditingkat pedagang besar harus di distribusikan kepada agen penjual maupun pengecer.
- d. Pengecer, adalah lembaga pemasaran yang berhubungan langsung dengan konsumen. Pengecer merupakan ujung tombak dari sebuah proses produksi yang komersil; kelanjutan proses produksi yang dilaksanakan oleh semua lembaga pemasaran bergantung pada aktivitas pengecer dalam menjual produk kepada konsumen.
- e. Konsumen (Pabrik) merupakan sebuah bangunan industri besar dimana terdapat

beberapa orang yang mengawasi ataupun mengolah sebuah produk menjadi produk lain yang memiliki nilai tambah. Pabrik mengumpulkan banyak tenaga kerja, sumberdaya alam, modal, dan mesin industri.

### **Saluran Pemasaran**

Thamrin dan Francis, (2012:20) menyatakan bahwa saluran pemasaran adalah sekumpulan organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses penyediaan suatu produk ataupun pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran atau saluran distribusi merupakan serangkaian organisasi yang terkait di dalam suatu kegiatan yang digunakan untuk meyalurkan produk serta status pemilikinya dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran dapat dibandingkan dengan pipa saluran dimana air mengalir dari sumberdaya kebatasan akhirnya. Saluran pemasaran memungkinkan arus barang dari produsen, melalui perantara, untuk pembeli. Beberapa perantara benar-benar membeli barang dari penjual, menyimpannya, dan menjualnya kepada pembeli (Malau, 2017:17).

Rahim dan Hastuti (2007:39) mengatakan bahwa proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek sesuai dengan kebijaksanaan saluran produksi yang ingin di laksanakan perusahaan, dengan demikian saluran distribusi dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Saluran distribusi langsung (direct chanel of distribution) yaitu barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir dan tidak melalui perantara.
- b. Saluran distribusi tidak langsung (indirect chanel of distribution) yaitu penyaluran barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir melalui perantara.

### **Pangsa Pasar**

Pasar di suatu negara mampu menarik pandangan mata global jika perekonomian negara tersebut berkembang dengan cepat, hal ini mengakibatkan taraf hidup akan lebih meningkat dan memungkinkan permintaan terhadap produk meningkat pula. Keadaan pasar tersebut bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperluas pangsa pasarnya. Penguasaan pasar merupakan porsi penjualan yang dikuasai dalam suatu segment (Suprapti dan Nuraini, 2009:142).

Pangsa pasar ialah *market segment* yakni bagian dari seluruh permintaan barang yang mencerminkan golongan konsumen berdasarkan ciri khasnya, misalnya tingkat pendapatan, jenis kelamin, umur, pendidikan, serta status sosial *market share* yakni bagian pasar yang dikuasai

oleh sebuah perusahaan dan semua potensi jual (Yuliasari, 2012:31). Pangsa pasar seringkali digunakan sebagai indikator proksi untuk mengetahui adanya kekuatan pasar serta menjadi indikator terhadap seberapa penting suatu perusahaan di dalam pasar. Pangsa pasar yang besar umumnya menandakan kekuatan pasar yang besar pula dalam menghadapi persaingan, pun sebaliknya. Pangsa pasar yang besar akan menandakan kekuatan pasar yang besar sebaliknya pangsa pasar yang kecil menandakan perusahaan tidak mampu bersaing di tekanan persaingan (Jaya, 2001).

### **Konsentrasi Pasar**

Konsentrasi pasar juga berpengaruh yang kuat terhadap mutu laporan keuangan. Konsentrasi pasar bisa diartikan sebagai persentasi pangsa pasar yang dikuasai oleh perusahaan relatif terhadap pangsa pasar total. Pada prinsipnya, konsentrasi tidak disebabkan oleh faktor kebetulan, namun karena kekuatan permanen yang ada dibelakang konsentrasi yang umumnya tidak banyak berubah dari waktu ke waktu. Konsentrasi pasar berhubungan positif dengan kualitas laporan keuangan. Jika segmen pasar perusahaan besar sehingga perusahaan memiliki posisi yang kuat dalam kompetisi, perusahaan akan memberikan sinyal terkait masa depan perusahaan yang lebih baik lagi. Dengan demikian perusahaan tersebut akan dapat menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas, (Fajri, 2013:5).

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, selama 2 bulan yakni bulan Januari sampai bulan Februari 2019. Daerah penelitian ditentukan secara Purposive Sampling (sengaja), berdasarkan pertimbangan bahwa di daerah tersebut banyak petani yang membudidayakan ikan bandeng.

### **Jenis Dan Sumber Data**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang berupa data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dari wawancara dengan petani tambak ikan bandeng dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner yang berisi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah tanggungan keluarga, luas tambak dan lain-lain. Sedangkan data sekunder ialah data yang didapatkan dari instansi terkait dengan data yang dibutuhkan sesuai tujuan penelitian seperti

dari berbagai buku, Badan Pusat Statistik, makalah-makalah seminar, dan jurnal penelitian.

**Populasi dan Sampel**

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan tehnik *Simple Cluster Sampling*. Tehnik ini digunakan apabila populasi tidak terdiri dari perorangan, melainkan dari kelompok-kelompok individu (*cluster*). Kelompok (Desa) di Kecamatan Popayato Barat terbagi menjadi 3 yakni Desa persatuan, padengo dan dudewulo yang membudidayakan ikan bandeng. Sehingga Populasi pada penelitian adalah seluruh petani tambak ikan bandeng yang terdapat di Kecamatan Popayato Barat. Jumlah sampel pada masing-masing Desa dapat dilihat dalam Tabel 2 berikut:

**Tabel 2.**

**Jumlah Sampel Petani Tambak Ikan Bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, 2019**

No	Nama Desa	Populasi
1	Persatuan	35
2	Padengo	15
3	Dudewulo	24
<b>Jumlah</b>		<b>74</b>

Sumber: Data Sekunder diolah, 2019

Jadi, jumlah populasi petani tambak ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato berjumlah 74 orang. Karena populasi kurang dari 100 orang maka populasi dijadikan sebagai sampel.

**Tehnik Analisis Data**

Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan:

a. Saluran Pemasaran

Untuk menentukan saluran pemasaran menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan skema saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato.

b. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan konsumen. Guna menganalisis margin pemasaran dalam penelitian ini, data harga yang dipakai ialah harga ditingkat petani dan harga ditingkat lembaga pemasaran dalam perhitungan margin pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana :

- MP : Margin Pemasaran (Rp/Kg)
- Pr : Harga di tingkat Konsumen (Rp/Kg)
- Pf : Harga di tingkat Produsen (Rp/Kg)

c. Struktur Pasar

Analisis yang digunakan terhadap struktur pasar yakni pangsa pasar dan konsentrasi pasar. Struktur pasar dianalisis secara deskriptif kuantitatif yaitu dengan mengamati pangsa pasar dan konsentrasi pasar.

1. Pangsa Pasar

Perhitungan pangsa pasar dilakukan menggunakan rasio antara penjualan ikan bandeng masing-masing petani tambak terhadap total penjualan ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat. Sehingga menurut (Baye dan Prince, 2013) dalam perhitungan pangsa pasar menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Market Share (MS}_n) = \frac{S_n}{S_A} 100 \%$$

Dimana:

Market Share = Pangsa pasar pedagang ikan bandeng (%)

$S_n$  = Penjualan ikan bandeng pedagang ke-n (kg/musim)

$S_A$  = Total penjualan ikan bandeng ((kg/musim)

2. Konsentrasi Pasar

Metode rasio konsentrasi yang dipakai dalam penelitian ini ialah  $CR_4$  (*Four Firm Concentration Ratio*) dan  $CR_8$  (*Eight Firm Concentration Ratio*). Rumus dari konsentrasi pasar adalah:

a) Rasio Konsentrasi (*Concentration Rati-4/CR<sub>4</sub>*)

$$CR_4 = \frac{\text{Jumlah 4 Perusahaan Terbesar yang Diamati}}{\text{Jumlah Seluruh Sektor Industri yang Diamati}} \times 100\%$$

b) Rasio Konsentrasi (*Concentration Rati-8/CR<sub>8</sub>*)

$$CR_8 = \frac{\text{Jumlah 8 Perusahaan Terbesar Yang Diamati}}{\text{Jumlah Seluruh Sektor Industri Yang Diamati}} \times 100\%$$

Dengan kriteria (Baladina, 2012):

1.  $CR_4 < 20\%$  menunjukkan pasar persaingan sempurna
2.  $20\% < CR_4 < 40\%$  menunjukkan pasar monopolitis
3.  $40\% < CR_4 < 80\%$  menunjukan pasar oligopoly
4.  $CR_4 > 80\%$  menunjukan pasar monopoli

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Saluran Pemasaran**

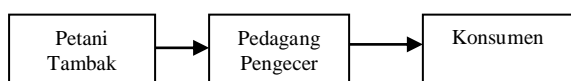
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola

saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato. Pengumpulan data untuk mengetahui saluran pemasaran yang dilalui oleh ikan bandeng dari petani hingga sampai pada pedagang besar. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato menunjukkan bahwa hanya ada satu saluran pemasaran yaitu pemasaran tidak langsung.

Saluran pemasaran tidak langsung merupakan ikan bandeng dari petani tambak melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu dari petani tambak, pedagang pengecer, pedagang pengumpul, dan sampai ke pedagang besar. Untuk itu model pemasaran tidak langsung ikan bandeng yang ada di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato dapat dilihat pada gambar berikut.

**a. Saluran Pemasaran I**

Adapun saluran pemasaran I dilihat pada Gambar 10 dibawah ini.

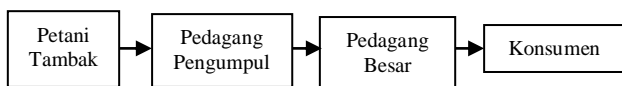


*Gambar 1. Saluran Pemasaran I Ikan Bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, 2019*

Pada saluran pemasaran I ini terdiri dari petani tambak ikan bandeng, pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran ini merupakan saluran pemasaran tidak langsung yang dimana petani tambak menjual ikan bandeng kepada pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer menjualnya ke konsumen akhir. Hal ini terjadi karena produksi ikan bandeng hanya sedikit dan petani tambak sudah mengenal dekat dengan pedagang pengecer sehingga memudahkan pedagang pengecer membeli ikan bandeng secara langsung kepada petani tambak.

**b. Saluran Pemasaran II**

Adapun saluran pemasaran II dapat dilihat pada Gambar 11 dibawah ini.



*Gambar 2. Saluran Pemasaran II Ikan Bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, 2019*

Pada saluran pemasaran II ini terdiri dari petani tambak ikan bandeng, pedagang pengumpul, pedagang besar dan konsumen. Penjualan ikan bandeng pada saluran pemasaran ini tidak langsung dimana petani tambak menjual ikan bandeng kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ikan

bandeng kepada pedagang besar dengan cara mendatangi pedagang besar, selanjutnya ikan bandeng tersebut di kirim ke berbagai daerah oleh pedagang besar, dan ada juga yang di ekspor sampai ke jepang. Untuk size yang kecil dijadikan umpan untuk menangkap ikan tuna.

Berdasarkan gambar saluran pemasaran ikan bandeng diatas membentuk saluran pemasaran serta elemen-elemen yang terdapat di dalam saluran pemasaran. Dalam saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato telah terjadi aktifitas aliran produk, informasi dan aliran financial, secara rinci dijelaskan sebagai berikut.

**a. Petani Ikan Bandeng**

Petani ikan bandeng adalah sejumlah petani yang memiliki tambak dan menghasilkan ikan bandeng sebagai pemasok awal bagi lembaga pemasaran selanjutnya.

**b. Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli ikan bandeng dari petani tambak, petani tambak menjual ikan bandeng kepada pengecer apabila hasil produksi atau panen hanya sedikit.

**c. Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli hasil panen ikan bandeng dari beberapa petani ikan bandeng langsung untuk dijual kembali ke pedagang besar. Pedagang pengumpul menguasai informasi pasar.

**d. Pedagang Besar**

Pedagang besar adalah lembaga pemasaran yang membeli hasil panen petani dari beberapa pedagang pengumpul dalam jumlah yang besar kemudian menjualnya lagi ke berbagai daerah.

**Margin Pemasaran**

Margin pemasaran ialah selisih antara harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen (petani).

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran tidak langsung ini lembaga pemasaran yang menyalurkan ikan bandeng terdiri dari petani tambak, pedagang pengumpul, dan pedagang besar. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp.2000/kg, dengan perhitungan biaya pengangkutan Rp.36/kg, biaya es batu Rp.150/kg, biaya sopir Rp.91/kg, dan biaya transportasi Rp.182/kg. Total margin pemasaran yaitu Rp.2000/kg, yang dihitung dari selisih harga jual ditingkat pedagang pengumpul Rp.13.000/kg dan harga beli ditingkat petani tambak Rp.11.000/kg. Pada saluran pemasaran tidak langsung ini sesuai dengan perhitungan



margin pemasaran ditingkat pedagang pengumpul diperoleh keuntungan sebesar Rp.1.541/kg.

Margin pemasaran ikan bandeng dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3.**  
**Margin Pemasaran Ikan Bandeng Pada Saluran Pemasaran Tidak Langsung di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, 2019**

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Tidak Langsung	
		Nilai Rata-Rata (Rp/Kg)	Persentase (%)
<b>1.</b>	<b>Petani Tambak</b>		
	a. Harga Jual	11.000	
	b. Biaya Tenaga Kerja		
	* Pemanenan	940.541	76
	* Pengangkutan	294.595	24
	* Total Biaya	1.235.136	
<b>2.</b>	<b>Pedagang Pengumpul</b>		
	a. Harga Beli	11.000	
	b. Biaya Pemasaran		
	* Pengangkutan	36	2
	* Es Batu	150	8
	* Sopir	91	4
	* Transportasi	182	9
	c. Keuntungan	1.541	77
	d. Harga Jual	13.000	
<b>3.</b>	<b>Pedagang Besar</b>		
	a. Harga Beli	13.000	
<b>4</b>	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>2.000</b>	

Sumber : Data Primer diolah 2019

**Struktur Pasar**

Adapun struktur pasar di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

**Tabel 4.**  
**Struktur pasar Ikan Bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato, 2019**

Tempat	Petani Tambak (Orang)	CR <sub>4</sub>	CR <sub>8</sub>	Struktur Pasar
Desa Dudewulo	24	0,37	0,67	Monopolistis
Desa Padengo	16	0,50	0,88	Oligopoli
Desa Persatuan	34	0,33	0,41	Monopolistis
Kecamatan Popayato Barat	74	0,13	0,31	Persaingan Sempurna

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa Desa Dudewulo yang terdapat petani tambak sebanyak 24 orang yang memiliki nilai CR<sub>4</sub> sebesar 0,37 menunjukkan bahwa terdapat empat petani tambak yang menguasai 37% dari total penjualan ikan bandeng dan nilai CR<sub>8</sub>

sebesar 0,67 menunjukkan bahwa terdapat delapan petani tambak yang menguasai 67% dari total penjualan ikan bandeng. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan nilai CR<sub>4</sub> penjualan ikan bandeng di Desa Dudewulo memiliki struktur pasar oligopoli, karena nilai CR<sub>4</sub> berada pada kisaran 20% < CR<sub>4</sub> < 40%, sehingga sesuai dengan kriteria CR<sub>4</sub> nilai tersebut termasuk dalam kategori struktur pasar monopolistis. Selanjutnya, Desa Padengo yang terdapat petani tambak sebanyak 16 orang yang memiliki nilai CR<sub>4</sub> sebesar 0,50 menunjukkan bahwa terdapat empat petani tambak yang menguasai 50% dari total penjualan ikan bandeng dan nilai CR<sub>8</sub> sebesar 0,88 menunjukkan bahwa terdapat delapan petani tambak yang menguasai 88% dari total penjualan ikan bandeng. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan nilai perhitungan CR<sub>4</sub> tersebut berada pada kisaran 40% < CR<sub>4</sub> < 80%, sehingga sesuai dengan kriteria CR<sub>4</sub> nilai tersebut termasuk dalam kategori struktur pasar oligopoli.

Desa persatuan yang terdapat petani tambak sebanyak 34 orang yang memiliki nilai  $CR_4$  sebesar 0,33 menunjukkan bahwa terdapat empat petani tambak yang menguasai 33% dari total penjualan ikan bandeng dan nilai  $CR_8$  sebesar 0,41 menunjukkan bahwa terdapat delapan petani tambak yang menguasai 41% dari total penjualan ikan bandeng. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan nilai perhitungan  $CR_4$  tersebut berada pada kisaran  $20% < CR_4 < 40%$ , sehingga sesuai dengan kriteria  $CR_4$  nilai tersebut termasuk dalam kategori struktur pasar monopolitis. Selanjutnya, Kecamatan Popayato Barat yang terdapat petani tambak sebanyak 24 orang yang memiliki nilai  $CR_4$  sebesar 0,13 menunjukkan bahwa terdapat empat petani tambak yang menguasai 13% dari total penjualan ikan bandeng dan nilai  $CR_8$  sebesar 0,31 menunjukkan bahwa terdapat delapan petani tambak yang menguasai 31% dari total penjualan ikan bandeng. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan nilai perhitungan  $CR_4$  tersebut berada pada kisaran  $CR_4 < 20%$ , sehingga sesuai dengan kriteria  $CR_4$  nilai tersebut termasuk dalam kategori struktur pasar persaingan sempurna.

Berdasarkan pembahasan diatas menunjukkan bahwa adanya perbedaan struktur pasar di setiap tempat yang di pengaruhi oleh banyaknya petani tambak ikan bandeng. Semakin banyak jumlah petani tambak maka semakin kecil nilai  $CR_4$  dan  $CR_8$ . Sehingga dapat mempengaruhi struktur pasar di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato dapat disimpulkan bahwa:

- Saluran pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato merupakan bentuk saluran pemasaran tidak langsung.
- Margin pemasaran yang dihitung dari selisih harga jual ditingkat pedagang pengumpul Rp.13.000/kg dan harga beli ditingkat petani tambak Rp.11.000/kg sehingga total margin pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato yaitu sebesar Rp.2000/kg.
- Struktur pasar ikan bandeng di Kecamatan Popayato Barat Kabupaten Pohuwato memiliki struktur pasar persaingan sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Azhara, Dina. 2016. Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Ikan Bandeng di Jawa Barat. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pohuwato. 2017. Jumlah Rumah Tangga Perikanan Budidaya Menurut Kecamatan dan Jenis Budidaya Di Kabupaten Pohuwato. Pohuwato.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pohuwato. 2017. Produksi Budidaya Perikanan Menurut Kecamatan dan Jenis Air Di Kabupaten Pohuwato. Pohuwato.
- Baladina, N. 2012. Analisis Struktur, Perilaku, Dan Penampilan Pasar Wortel Di Sub Terminal Agrobisnis (STA) Mantung (Kasus Pada Sentra Produksi Wortel Di Desa Tawang Sari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). *Jurnal. AGRISE*. Vol.XII, No. 2. Mei 2012.
- DKP Provinsi Gorontalo. 2012. *Laporan tahunan Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Gorontalo Tahun 2012*. Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Gorontalo.
- Elpawati. 2014. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Bandeng Desa Tambak Sari, Kecamatan An Tirtajaya, Kabupaten Karawang. *Jurnal Agribisnis*. Volume 8 - No 1.
- Elisa. Hidayani dan Effendy. 2016. Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Kelurahan Boyaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu.
- Fazri, Sri Nurul. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Padang.
- Ilahude. 2013. Analisis Sistem Pemasaran Kopra di Kabupaten Gorontalo Status Studi di Kecamatan Limboto. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo.
- Jaya, Wihana Kirana. 2001. *Ekonomi Industri*, BPFE. Yogyakarta.
- Kementrian Kelautan dan Perikanan. 2014. *Kelautan dan perikanan dalam angka*. Jakarta (ID): KKP
- Malau, Harman. 2017. *Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Odermisasi Global*.



- Nurdiana dan Marhawati. 2018. Analisis Pemasaran Ikan Bandeng di Desa Pitue Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Jurnal. Ekonomi Dan Pendidikan*. Volume 1 - No 1.
- Rachmanzah, Dicky. 2014. Kajian Pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Berbasis Pengelolaan Berkelanjutan Pada Budidaya Bandeng Di Pesisir Karawang. *Tesis*. Sekolah Pascasarjana-IPB. Bogor.
- Rahim, Abd dan R. Reno Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomi Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus* : Penerbit Swadaya
- Rangka, Nur Ansari dan A. Indra Jaya Asaad. 2010. Teknologi Budidaya Ikan Bandeng di Sulawesi Selatan. Balai Riset Perikanan Budidaya Air Payau.
- Sugiyono. 2008. Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Suprpti, Sri Budiwati Wahyu dan Siti Dwi Nuraini. 2009. Pengaruh Pangsa Pasar, Rasio Leverage dan Rasio Intensitas Modal pada Return Saham. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. *Jurnal*. Vol.3 . No. 2, 2009: Hal 139-146.
- Thamrin dan Francis. 2012. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Umar, Ais. 2017. Analisis Pendapatan Petani Tambak Ikan Bandeng di Desa Mootilango Kecamatan Duhidahaa Kabupaten Pohuwato. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo.
- Yuliasari, Arviani. 2012. Analisis Struktur Pasar Dan perilaku Industri Sepeda Motor Di Jakarta Tahun 2009-2012. Universitas Trisakti jakarta. Alumni Fakultas Ekonomi. *Jurnal Media Ekonomi*. Vol 20, No. 1, April 2012.