

ANALISIS SALURAN PEMASARAN PERIKANAN TANGKAP DI KECAMATAN SAMATIGA

Izmi Ahad L. ^{*)1)}, Rahmat Pramulya ²⁾

^{1,2)} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar, Aceh, Indonesia
^{*)} Email Penulis Korespondensi: izmiizmi89@gmail.com

ABSTRAK

Perikanan tangkap merupakan kegiatan yang dilakukan untuk tujuan memanfaatkan sumberdaya ikan yang mempunyai nilai ekonomi dengan menggunakan teknologi, baik yang sederhana maupun yang lebih kompleks. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran perikanan tangkap dan untuk mengetahui pengaruh musim barat, musim timur, dan perayaan Maulid Nabi terhadap saluran pemasaran di desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survey dengan analisis deskriptif kualitatif dan analisis produksi. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran, yaitu: saluran pemasaran I nelayan-toke bangku-muge/pegecer-konsumen; saluran pemasaran II nelayan-toke bangku-konsumen; dan saluran pemasaran III toke bangku-konsumen. Adapun beberapa musim yang mempengaruhi perikanan tangkap di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga yaitu: musim barat, musim timur, dan musim perayaan Maulid. Ketiga musim ini sangat berpengaruh terhadap saluran pemasaran di Desa Kuala Bubon Kecamatan samatiga karena pada masing-masing musim terdapat beberapa saluran pemasaran yang berbeda dan di masing-masing musim tersebut terdapat jumlah yang lebih dan kurangnya pasokan hasil tangkapan serta harga hasil tangkapan.

Kata kunci: Pengaruh Musim; Perikanan Tangkap; Saluran Pemasaran.

PENDAHULUAN

Perikanan tangkap merupakan kegiatan yang dilakukan untuk tujuan memanfaatkan sumberdaya ikan yang mempunyai nilai ekonomi dengan menggunakan teknologi, baik yang sederhana maupun yang lebih kompleks (Tidore *et al.*, 2011). Provinsi Aceh yang terletak di ujung Pulau Sumatra paling barat Indonesia, secara geografis dikelilingi oleh laut yaitu Selat Malaka di sebelah Timur dan Samudera Hindia di sebelah Barat. Wilayah pesisirnya memiliki panjang garis pantai 1.660 km dengan luas wilayah perairan laut seluas 295.370 km² terdiri dari laut wilayah (perairan teritorial dan perairan kepulauan) 56.563 km² dan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) 238.807 km² (Dinas Kelautan dan Perikanan Aceh, 2011).

Kabupaten Aceh Barat meliputi wilayah 10.097.04 km² yang terdiri dari bagian wilayah pantai barat dan selatan pulau Sumatera dengan panjang garis pantai 50,55 km² dan luas perairan lautnya 80,88 km² yang mempunyai hasil tangkapan laut yang beragam hal tersebut juga disebabkan karena pantai Aceh Barat berhadapan langsung dengan Samudera Hindia yang kaya akan ikannya. Potensi sumber daya perikanan yang terdapat di Kabupaten Aceh Barat tersebar pada 4 (empat) kecamatan yang menjadi sentra aktivitas pemanfaatan sumberdaya pesisir yang terletak di Kecamatan Johan Pahlawan, Kecamatan Samatiga, Kecamatan Arongan Lambalek, dan Kecamatan Meureubo, seperti ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Produksi Perikanan Tangkap Menurut Kecamatan di Kabupaten Aceh Barat

No.	Kecamatan	Perikanan Laut	
		2019 (ton)	2020 (ton)
1.	Johan Pahlawan	10.148,62	10.210,65
2.	Samatiga	5.038,47	5.048,47
3.	Arongan Lambalek	843,50	845,50
4.	Meureubo	3.278,78	3.280,78
Jumlah		19.309,40	19.385,40

Sumber: BPS Aceh Barat, 2021

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa data produksi perikanan laut di kecamatan yang memproduksi hasil ikan tangkap di Aceh Barat terus mengalami kenaikan dimana jumlah produksi pada tahun 2019 sebanyak 19.309,40 ton menjadi 19.385,40 pada tahun 2020. Menurut data dari DKP Aceh Barat tahun 2021 menyatakan jumlah produksi perikanan tangkap semester satu rentang bulan Januari-Juni yaitu sebanyak 838.195 kilogram. Khusus di kecamatan Samatiga desa Kuala Bubon mengalami kenaikan 10.000 ton dari 5.038.47 ton pada tahun 2019 dan 5.048.47 ton pada tahun 2020. Hal tersebut memperlihatkan jumlah ketersediaan ikan di laut Kabupaten Aceh Barat khususnya di desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga masih memiliki potensi yang sangat besar. Disisi lain, hasil perikanan merupakan komoditi yang cepat mengalami kemunduran mutu atau mengalami pembusukan, sehingga membutuhkan penanganan distribusi yang cepat dan terorganisir, antara lain penanganan hasil tangkapan, sarana penunjang aktivitas distribusi hasil tangkapan, dan jalur distribusi hasil tangkapan (Onu *et al.*, 2017; Bukhari, 2013). Menurut Bukhari (2013) keragaman aktivitas dalam proses pendistribusian hasil tangkapan menggambarkan baik atau buruknya aktivitas yang dilakukan terhadap hasil akhir yang diharapkan yaitu mutu dari hasil tangkapan. Lebih lanjut Gomez & Maynou (2021) mengatakan saluran pemasaran ikan yang dimulai pada pelelangan sebagai sistem penjualan pertama merupakan upaya pragmatis untuk mengatasi sumber daya perikanan yang semakin berkurang sambil menambah nilai hasil tangkapan, dan membantu meningkatkan harga jual.

Proses pemasaran di TPI Kuala Bubon sangat beragam yaitu dapat dilihat dari beberapa musim yang mempengaruhi saluran pemasaran yang ada yaitu pada musim barat, musim timur, dan pada musim perayaan Maulid (Nabi Muhammad SAW) di Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat. Pada musim barat ikan pelagis kecil kembung, teri, kase (lemuru) lebih sedikit karena nelayan harus lebih jauh lagi untuk menangkapnya, berbanding terbalik dengan musim timur yang dominan lebih banyak ikan pelagis kecil dan udang-udangan karena nelayan tidak perlu lebih jauh untuk menangkapnya. Pada musim perayaan Maulid juga berpengaruh terhadap saluran pemasaran yaitu kurangnya pasokan ikan pelagis kecil dikarenakan liburannya para nelayan dan meningkatnya permintaan ikan segar yang berakibat tingginya nilai harga jual hasil perikanan tangkap. Dari keadaan tersebut, menurut Basuki (2009) dapat secara langsung terbentuk kelembagaan tata niaga yang lebih kompleks, baik dari segi proses distribusi dan struktur pasar, perilaku pasar, dan interaksi dari masing-masing lembaga pemasaran yang ada.

Masalah pemasaran pada hasil perikanan tangkap merupakan cerita lama yang hingga saat ini masih relevan untuk dibahas dan dicari solusinya. Kondisi seperti panjangnya rantai distribusi, perbedaan harga (disparitas) yang masih tinggi dari produsen ke konsumen, kontinuitas produk yang kurang terjamin, kelangkaan produk diperiode tertentu, serta keterbatasan infrastruktur pendukung pemasaran (Sulaiman *et al.*, 2018; Taufiq & Sutopo, 2012). Masalah yang sama juga terjadi di Kecamatan Samatiga yaitu terbentur pada saluran pemasaran yang panjang dan perbedaan musim yang mempengaruhi saluran pemasaran tersebut. Di Kecamatan Samatiga terdapat 3 (tiga) musim yang dapat mempengaruhi saluran pemasaran perikanan tangkap yang meliputi: pada musim Barat, musim Timur, dan Maulid (Nabi Muhammad

SAW). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran yang dipengaruhi oleh musim barat, musim timur, dan Maulid (Nabi Muhammad SAW) di Kecamatan Samatiga.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga. Pelaksanaan dilakukan selama 2 bulan yaitu di bulan November-Desember 2021, mulai dari tahap persiapan sampai penyusunan laporan. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja karena merupakan hasil dari kegiatan Program Pendampingan Holistik dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) HIMASEP-ITU yang dilaksanakan di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga.

Penelitian ini menggunakan metode survey. Metode survey merupakan suatu praktek untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun beberapa pertanyaan terlebih dahulu yang akan diajukan kepada responden melalui kuesioner (Sujarweni, 2015). Populasi penelitian ini adalah semua nelayan, toke bangku, muge/pedagang pengecer, dan konsumen. Pengambilan sampel yaitu dilakukan dengan cara *purposive sampling* dilanjutkan dengan cara *snowball sampling*. Pengambilan sampel sebagai sumber data dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu kriteria-kriteria yang melekat pada sampel tersebut. Setelah dapat diperoleh sampel yang memenuhi syarat tersebut maka dilanjutkan dengan cara *snowball* yaitu pengambilan sampel sebagai sumber data yang pada awal jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.

Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara terhadap responden yang memiliki kelengkapan data sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2013). Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Adapun pengumpulan data primer dilakukan langsung ke lapangan (observasi) dengan wawancara langsung nelayan, toke bangku, muge/pedagang pengecer, dan konsumen. Pengumpulan data sekunder dirangkum dari lembaga atau instansi terkait yang relevan dengan penelitian ini yaitu dari Dinas Kelautan dan Perikanan Aceh Barat (DKP Aceh Barat) dan Badan Pusat Statistik Aceh Barat (BPS Aceh Barat) serta berbagi situs internet lainnya.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis produksi. Metode analisis deskriptif yaitu berfungsi mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang sudah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran dan keterangan dengan kalimat penulis sendiri secara sistematis sesuai dengan data yang diperoleh dan dikaitkan dengan aspek teoritis. Analisis produksi yaitu suatu analisis dengan menjumlahkan hasil tangkapan per musim dalam satu tahun (musim barat, musim timur, musim perayaan Maulid).

HASIL DAN PEMBAHASAN

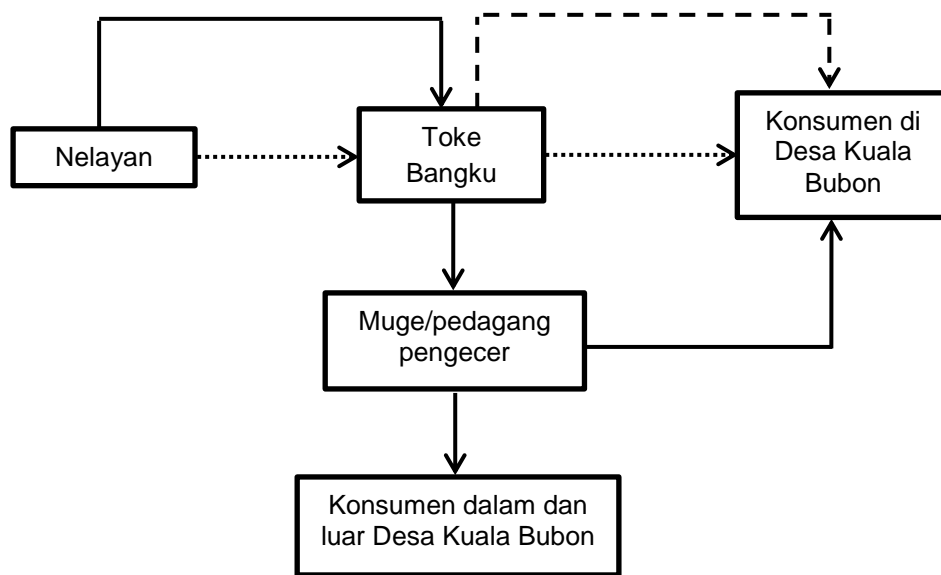
Saluran Pemasaran Perikanan Tangkap di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga

Saluran pemasaran (saluran distribusi) merupakan sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi (Suwarno, 2006; Kotler & Amstrong, 2008). Proses pemasaran yang efisien adalah yang memberikan kontribusi (*share*) yang adil, mulai dari produsen, lembaga-lembaga pemasaran, sesuai dengan korbanan masing-masing dan konsumen puas (Asmarantaka *et al.*, 2017; Beierlein, 2014; Winandi, 2012).

Dari hasil penelitian ini ditemukan tiga jenis saluran pemasaran yang terdapat di lokasi penelitian, yaitu:

1. Nelayan menjual langsung hasil tangkapan kepada toke bangku di TPI kemudian toke bangku menjual kepada muge/pedagang pengecer lalu langsung di distribusikan ke konsumen yang berada di dalam maupun di luar Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga
2. Nelayan menjual langsung hasil tangkapan kepada toke bangku kemudian toke bangku langsung menjual kepada konsumen di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga
3. Toke bangku secara langsung menjual ke konsumen di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga.

Pada saluran pertama dan kedua merupakan saluran pemasaran tidak langsung (*indirect marketing channel*), yang memiliki lebih dari satu beberapa perantara, sedangkan saluran ketiga merupakan saluran pemasaran langsung (*direct marketing channel*), dalam artian tidak memiliki tingkat perantara hasil tangkapan langsung kepada konsumen.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Perikanan Tangkap di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga

Keterangan:

- = Saluran pemasaran I (nelayan-toke bangku-muge/pengecer-konsumen)
-→ = Saluran pemasaran II (nelayan-toke bangku-konsumen)
- → = Saluran pemasaran III (toke bangku-konsumen)

Dari hasil wawancara dilapangan bahwa saluran pemasaran I dan II adalah saluran yang paling banyak digunakan nelayan karena mereka lebih mudah menjual ikan langsung kepada toke bangku. Hal ini disebabkan karena toke bangku langsung membayarkan uang ikan dengan tawaran yang tinggi. Hasil penelitian ini senada dengan temuan Pratoyo *et al.* (2022); Selan & Nubatonis (2016) bahwa saluran pemasaran yang terjadi adalah efisien dengan tingkat presentase harga lebih dari 50%, serta margin pemasaran yang berbeda-beda. Sementara itu, pada saluran III nelayan tidak lagi menjualkan ikan ke toke bangku dikarenakan tidak ada yang ke laut, sehingga toke bangku kesulitan untuk mendapatkan pasokan hasil tangkapan yang berakibat toke bangku menyimpan di gudang hasil tangkapan dan langsung menjualkan kepada langganan konsumen tepatnya di desa Kuala Bubon dengan harga yang relatif tinggi. Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran perikanan

tangkap di Desa Kuala bubon memiliki beberapa saluran dengan panjang yang berbeda.

Aktivitas pasca penangkapan yang dilakukan pada umumnya meliputi bongkar muat hasil tangkapan dan pemasaran Muge/pedagang pengecer biasanya tidak melakukan penyimpanan sebab ikan yang diperoleh dari nelayan dan toke bangku semuanya langsung disalurkan sesuai permintaan konsumen akhir, sedangkan toke bangku ketika musim perayaan Maulid dapat melakukan penyimpanan ikan di gudang karena pada saat Maulid tidak ada satupun nelayan yang pergi ke laut untuk menangkap ikan sehingga toke bangku dapat mendistribusikan langsung hasil tangkapan kepada konsumen.

Produksi Hasil Perikanan Tangkap di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga

Pada penelitian ini produksi unit tangkapan di desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga dapat dihitung berdasarkan ember per jenis ikan dalam satu tahun. Dalam satu keranjang ikan dapat dihitung berkisar lebih kurang 15 kilogram dan selama satu tahun produksi hasil perikanan tangkap di desa Kuala Bubon terdapat 3 musim yaitu pada musim barat, musim timur, dan Maulid, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Jumlah Hasil Perikanan Tangkap dalam Satu Tahun di Desa Kuala

No	Musim	Jumlah Produksi (ton)			
		Kase (lemuru)	Lumi-lumi (luli)	Teri	Total
1.	Timur	841,41	931,42	751,41	2.524,24
2.	Barat	1.262,06	700,00	562,06	2.524,12
3.	Maulid Nabi	4,00	4,00	3,00	11,00
Jumlah		2.107,47	1.635,42	1.016,47	5.048,47

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa pada musim timur selama satu tahun ikan lumi-lumi (luli) memiliki total produksi terbesar sebanyak 931,42 ton; sedangkan pada musim barat selama satu tahun ikan kase (lemuru) yang memiliki total produksi terbesar yaitu sebanyak 1.262,06 ton. Kemudian pada musim Maulid selama satu tahun total produksi ikan kase (lemuru), lumi-lumi (luli), dan teri tidak berbeda nyata perbandingannya yaitu ikan kase (lemuru) 4 ton, lumi-lumi (luli) 4 ton, dan teri 3 ton. Selama satu tahun produksi hasil perikanan tangkap di desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga terbesar pada ikan kase (lemuru) yaitu dengan total 2.107,47 ton; dan terkecil pada ikan teri yaitu 1.016,47 ton.

Dari hasil wawancara dilapangan diperoleh informasi bahwa selama satu tahun ikan yang memiliki persediaan paling banyak akan mengalami penurunan harga, berbeda dengan ikan yang mengalami kekurangan (persediaan sedikit) akan mengalami kenaikan harga yang signifikan. Pada Tabel 2, ikan pada musim Maulid mengalami penurunan yang drastis dikarenakan tidak ada satupun nelayan yang pergi ke laut pada saat itu. Adapun perbandingan harganya yaitu pada ikan kase (lemuru) dimusim timur dan barat berkisar Rp 25.000-40.000,-/ember, dimusim Maulid mengalami kenaikan sampai Rp 70.000,-/ember dengan kenaikan Rp 20.000,-. Pada ikan lumi-lumi (luli) yaitu dimusim timur dan barat berkisar Rp 50.000-100.000,-/ember, di musim Maulid mengalami kenaikan sampai Rp 200.000,-/ember dengan kenaikan Rp 100.000,-; sedangkan pada teri dimusim timur dan barat berkisar Rp 15.000-50.000,-/ember, dan dimusim Maulid teri mengalami kenaikan sampai Rp 250.000,-/ember dengan kenaikan Rp 200.000,-.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Saluran pemasaran perikanan tangkap di Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga terdapat 3

(tiga) saluran pemasaran. Pertama, nelayan menjual langsung hasil tangkapan kepada toke bangku di TPI kemudian toke bangku menjual kepada muge/pedagang pengecer kemudian langsung didistribusikan ke konsumen yang berada di dalam maupun di luar Desa Kuala Bubon Kecamatan Samatiga. Kedua, nelayan menjual langsung hasil tangkapan kepada toke bangku kemudian toke bangku langsung menjual kepada konsumen di Desa Kuala Bubon. Ketiga, toke bangku secara langsung menjual ke konsumen di Desa Kuala Bubon.

Faktor musim barat, timur, dan perayaan Maulid sangat berpengaruh pada saluran pemasaran di Desa Kuala Bubon Kecamatan samatiga karena pada masing-masing musim terdapat beberapa saluran pemasaran yang berbeda dan dimasing-masing musim tersebut ada banyak dan kurangnya pasokan hasil tangkapan serta terjadi perbedaan harga hasil tangkapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikih, Y. N., & Rosiana, N. (2017). Konsep pemasaran agribisnis: pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 5(2), 151-172.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Aceh Barat Dalam Angka 2021*, BPS Aceh Barat.
- Basuki R. (2009). Kelembagaan Tataniaga Ikan Pelagis di Indramayu: Struktur Dan Konsentrasi Pasar Lembaga Tata Niaga. *Jurnal Penelitian Perikanan*, 2(7), 137-158.
- Beierlein (2014). *Principles of Agribusiness Management*. The United State of America: Waveland Press, Inc.
- Bukhari. (2013). Sistem Distribusi Hasil Tangkapan Nelayan Di PPI Ujong Baroh Dan TPI Kuala Bubon Kabupaten Aceh Barat. *Skripsi*, Universitas Teuku Umar, Meulaboh.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Aceh. (2011). *Selayang Pandang Pesisir dan Laut*. Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Aceh, Banda Aceh.
- Gomez, S., & Maynou, F. (2021). Alternative Seafood Marketing Syttems Foster Transformative Processes in Mediteranian Fisheries. *Marine Policy*, 127(104432), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104432>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Onu, R. D., Rarung, L. K., & Kotambunan, O. V. (2017). Analisis Distribusi Pemasaran Ikan Cakalang Asap di Kelurahan Girian Atas Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *AKULTURASI: Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 5(9), 627-634. <https://doi.org/10.35800/akulturasi.5.9.2017.16987>
- Prayoto, P., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Hamdani, H., Priono, B., & Wartini, S. (2022). Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Ikan Bandeng Di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. *Chanos chanos*, 20(1), 227-242.
- Selan, D. M., & Nubatonis, A. (2016). Margin Pemasaran Ikan di Kecamatan Insana Utara Kabupaten Timor Tengah Utara. *Agrimor*, 1(3), 63-64. <https://doi.org/10.32938/ag.v1i03.264>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sulaiman, A. A., Simatupang, P., Herodian, S., Rachman, B., Susilowati, S. H., Agustian, A., & Yulianis, N. (2018). *Jurus Stabilisasi Harga Pangan Ala Kabinet Jokowi-JK*. Jakarta: IAARD Press.
- Suwarno, H. Lisan. (2006). Sembilan Fungsi Saluran Distribusi: Kunci Pelaksanaan Kegiatan Distribusi Yang Efektif. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 79-87.
- Taufiq, M., & Sutopo. (2012). Strategi Pemasaran Produk Perikanan. *Jurnal Dharma Ekonomi*, 6(2), 235-247.
- Tidore A., Monintja, D.R., & Wiyono, E. S. (2011). Analisis Sistem Pemasaran Hasil Produksi Perikanan Tangkap: Studi Kasus Kecamatan Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara. *Tesis*, Institut Pertanian Bogor, Bogor.