

DISTRIBUSI DAN MARGIN PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN TONGKOL (*Euthynnus Affinis*) DI TPI UJUNGBATU JEPARA

Trisnani Dwi Hapsari¹

Ringkasan Ikan Tongkol adalah salah satu ikan ekonomis penting yang tidak hanya disukai oleh masyarakat Indonesia, tetapi juga beberapa negara di Asia. Diperlukan proses pemasaran yang baik dalam menyalurkan barang dari produsen hingga ke konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran berpengaruh terhadap harga dari barang pada konsumen terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran serta efisiensi pemasaran pada tiap level lembaga pemasaran di TPI Ujungbatu Jepara. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi, sedangkan metode analisis data menggunakan metode deskriptif, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Distribusi pemasaran ikan Tongkol di TPI Ujungbatu dipengaruhi oleh harga, produk, tempat, dan promosi. Berdasarkan pengamatan diketahui bahwa lembaga yang berperan dalam distribusi pemasaran ikan Tongkol adalah nelayan, pedagang besar, pedagang pengecer serta konsumen dengan pola distribusi yang terdiri dari 2 rantai pemasaran dan kesimpulan yang dapat diambil adalah keuntungan dan margin pemasaran terbesar diperoleh pedagang besar. Lembaga pemasaran baik pedagang besar maupun pengecer memiliki pemasaran yang efisien.

Keywords *Tongkol, Distribusi, Margin, Efisiensi, TPI Ujungbatu*

Received: 19 Nopember 2013

Accepted: 22 Januari 2014

PENDAHULUAN

Potensi perikanan Indonesia berdasarkan jenis ikan sebagai tujuan penangkapan salah satunya adalah ikan pelagis. Menurut [1], sumberdaya ikan pelagis adalah jenis-jenis ikan yang hidup di permukaan perairan. Ciri utama sumberdaya ikan pelagis tersebut antara lain: memiliki aktifitas relatif tinggi, gerak ruaya yang jauh dan membentuk gerombolan yang cukup besar, sehingga penyebarannya tidak merata dibandingkan ikan demersal.

Ikan Tongkol tergolong ikan pelagis, penerang cepat, dipasarkan dalam bentuk segar, asin kering maupun asin rebus (pindang). Di Indonesia terdapat dua jenis ikan Tongkol yang sering tertangkap dan mempunyai nilai ekonomis penting yaitu ikan Tongkol jenis *Euthynnus affinis* dan ikan Tongkol jenis *Auxis thazard*. Perbedaannya adalah pada *Auxis thazard* tidak terdapat totol-totol putih pada tubuhnya dan panjang dapat mencapai sekitar 50 cm sedangkan umumnya hanya berkisar antara 25-40 cm [2].

¹) Staf Pengajar Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Diponegoro
E-mail: trisnanihapsari@gmail.com

Tabel 1 Daftar Harga Ikan di TPI Ujungbatu Tahun 2011

No	Nama Ikan	Harga rata-rata per Kg (Rp)
1	Petek	2.000,-
2	Pari	3.500,-
3	Tongkol	12.000,-
4	Kembung	3.500,-

Sumber: [4].

Ikan Tongkol adalah ikan ekonomis penting dengan jumlah ekspor terbesar di Indonesia kedua setelah Udang. Volume ekspor ikan Tongkol pada tahun 2010 sebanyak 122.450 ton, dan pada tahun 2011 sebanyak 131.269 ton, sehingga pada tahun 2011 volume ekspor mengalami kenaikan rata-rata sebesar 7,2 %. Negara tujuan ekspor ikan Tongkol sudah merambah keberbagai belahan dunia yakni Australia, Amerika, Kanada, dan negara-negara di Asia. Produk hasil perikanan yang diekspor tidak hanya dalam bentuk segar, tetapi ada juga dalam bentuk beku dan olahan/awetan [3].

Harga jual ikan Tongkol cukup tinggi di TPI Ujungbatu dibandingkan dengan ikan-ikan hasil tangkapan lain yang didaratkan di TPI Ujungbatu, yaitu sebesar Rp12.000,- per kilogram (Tabel 1). Kelimpahan sumberdaya ikan Tongkol dan kandungan gizi tinggi yang terkandung dalam produk perikanan, berpengaruh terhadap peningkatan permintaan akan produk tersebut. Meningkatnya permintaan harus disertai dengan peningkatan mutu produk ikan, harga ikan, distribusi, promosi produk yang berkaitan dengan pemasaran hasil perikanan. Selain ikan Tongkol, ada ikan jenis lain yang ada di TPI Ujungbatu seperti ikan Petek, ikan Pari, dan ikan Kembung yang lebih dominan dibanding dengan jenis ikan lainnya.

Pemasaran adalah kegiatan terpenting dalam usaha distribusi dan pemasaran ikan laut segar. Kegiatan pemasaran ini menjadi salah satu faktor penentu berjalannya usaha penjualan secara umum, khususnya nelayan sebagai produsen. TPI dalam saluran pemasaran ikan Tongkol di Ujungbatu ini berfungsi sebagai lembaga pemberi jasa. TPI berperan dalam pembentukan

harga awal ikan. Setelah hasil tangkapan nelayan didaratkan, kegiatan lelang dilakukan untuk menentukan harga ikan yang akan dijual ke pedagang-pedagang.

Ikan Tongkol merupakan ikan ekonomis penting yang dominan ada di TPI Ujungbatu dibanding ikan ekonomis penting lainnya, sehingga diperlukan saluran pemasaran yang baik dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Panjang pendeknya proses pemasaran berpengaruh terhadap harga dari barang pada konsumen terakhir. Melalui penelusuran saluran pemasaran pada hasil tangkapan ikan Tongkol ini, diharapkan dapat diketahui fungsi dan peranan pihak-pihak yang berperan dalam saluran pemasaran tersebut, seperti TPI, pedagang besar, pedagang kecil dan nelayan.

Kondisi harga yang berfluktuasi dan musim yang tak menentu menimbulkan ketidakpastian pendapatan yang diperoleh nelayan dan lembaga pemasaran yang terlibat, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk :

1. Mengetahui saluran pemasaran ikan Tongkol yang didaratkan di TPI Ujungbatu Jepara;
2. Mengetahui pendapatan yang didapat oleh tiap lembaga pemasaran ikan Tongkol;
3. Mengetahui margin pemasaran yang terbentuk pada tiap-tiap tingkat pedagang ikan; dan
4. Mengetahui efisiensi pemasaran pada tiap level lembaga pemasaran.

MATERI DAN METODE

Metode yang digunakan dalam praktik kerja lapangan ini adalah metode deskriptif yang bersifat studi kasus. Menurut [5], mendefinisikan metode deskriptif sebagai suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu fenomena, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang

yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Pengamatan yang dilakukan meliputi jalur distribusi ikan Tongkol dan margin pemasaran, aspek-aspek yang terkait didalamnya antara lain jumlah produksi dan nilai produksi ikan Tongkol, harga ikan Tongkol, biaya produksi dan keuntungan tiap level lembaga pemasaran.

Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan sekunder. Pengambilan data primer dilakukan dengan observasi dan wawancara. Data primer yang diambil meliputi:

1. Harga ikan Tongkol;
2. Saluran pemasaran ikan Tongkol;
3. Margin pemasaran ikan Tongkol;
4. Biaya produksi pada pedagang pengecer dan pedagang besar ikan Tongkol; dan
5. Keuntungan yang didapatkan oleh pedagang pengecer dan pedagang besar ikan Tongkol.

Sedangkan data sekunder dilakukan dengan cara mencatat data-data yang diperoleh dari TPI Ujungbatu. Data sekunder yang diambil meliputi:

1. Jumlah produksi dan nilai produksi hasil tangkapan yang didaratkan TPI Ujungbatu 3 tahun terakhir;
2. Jumlah produksi dan nilai produksi hasil tangkapan ikan Tongkol yang didaratkan TPI Ujungbatu setahun terakhir;
3. Peta lokasi penelitian; dan
4. Informasi-informasi lain yang terkait dengan penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain :

1. Observasi

Observasi adalah teknik data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung ke lapangan. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data kondisi obyektif daerah lokasi penelitian yaitu di TPI Ujungbatu.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan tanya jawab dengan responden yaitu nelayan dan pedagang yang berkaitan dengan pemasaran ikan Tongkol. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data primer. Hal yang dilakukan adalah menyediakan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada para responden yang terdiri dari nelayan, pedagang besar dan pengecer.

3. Studi pustaka

Studi pustaka adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data teoritis yang bersumberkan pada literatur-literatur yang sesuai dengan judul penelitian. Penggunaan teknik studi pustaka bertujuan untuk mengumpulkan data sekunder.

4. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu menjelaskan dan mengadakan penelitian yang bersumber pada tulisan atau bentuk gambar.

Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan adalah:

a. Metode deskriptif

Menurut [5], metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, fenomena, sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode deskriptif dapat digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan lokasi daerah penelitian, yaitu proses pemasaran, para pedagang baik pedagang besar maupun kecil Ikan Tongkol.

b. Margin pemasaran

[6] mengemukakan bahwa margin pemasaran menunjukkan persentase harga jual yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran dibandingkan dengan harga eceran dari bentuk produk yang sama.

Menurut [7], nilai margin pemasaran yang diperoleh dihitung dengan menggunakan rumus yaitu sebagai berikut:

$$M = H_p - H_b$$

dimana:

M : Margin pemasaran

H_b : Harga pembelian

H_p : Harga penjualan

c. Keuntungan

Untuk mengetahui jumlah keuntungan yang diperoleh masing-masing tiap level lembaga pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\Pi = M - B_p$$

dimana:

Π : Keuntungan

M : Margin pemasaran

B_p : Biaya pemasaran

d. Efisiensi pemasaran

Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran Ikan Tongkol pada masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut:

$$Eps = \frac{B_p}{HE} \times 100\%$$

dimana:

Eps : Efisiensi Pemasaran

B_p : Biaya Pemasaran

HE : Harga Eceran

Kriteria:

- Eps < 5% Efisien
- Eps > 5 % tidak Efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran

Kegiatan pemasaran antara produsen (nelayan) ikan Tongkol kepada konsumen di TPI Ujungbatu berjalan lancar. Adanya perantara - perantara yang ikut terlibat seperti pedagang besar maupun pengecer dalam saluran pemasaran ikan Tongkol mempermudah produk ikan Tongkol sampai ke tangan konsumen. Kegiatan promosi yang tidak berjalan lancar dalam pemasaran, produk ikan Tongkol, harga ikan, dan tempat jual ikan hasil tangkapan berpengaruh terhadap proses pemasaran hasil tangkapan ikan Tongkol di TPI Ujungbatu Jepara.

Produk (Product)

Produk yang diamati adalah ikan Tongkol, yang merupakan salah satu produk perikanan yang sangat diminati oleh konsumen. Ikan hasil tangkapan ikan Tongkol yang didaratkan di TPI Ujungbatu dijual per blong maupun per basket. Ikan Tongkol hasil tangkapan nelayan ini kemudian dibawa oleh pedagang besar untuk selanjutnya dikirim ke Jakarta atau Bandung dan pedagang kecil untuk dijual langsung kepada konsumen. Pengiriman ke luar kota harus tetap dalam keadaan segar, yaitu dengan dilakukan pengesan pada box styrofoam yang akan digunakan.

1. Berat

Berat ikan Tongkol yang terdapat di TPI Ujungbatu berkisar antara 0,25 – 1 kg per ekor.

2. Warna

Warna ikan yang banyak dipesan dan terjual adalah ikan Tongkol yang berwarna cerah. Kecerahan warna ikan ini juga sering kali menjadi patokan harga. Ikan Tongkol dengan warna permukaan tubuhnya cerah cenderung lebih mahal dari pada ikan Tongkol yang warnanya pucat.

3. Kondisi fisik ikan

Ikan Tongkol dengan kondisi tubuh yang tidak cacat dan segar berharga lebih mahal. Sebagian besar penjual pengecer yang ikannya tidak terjual pada hari itu, mempertahankan kesegarannya dengan cara mengawetkannya dengan es. Untuk ukuran satu balok es air tawar dapat digunakan untuk mendinginkan ikan agar tetap segar kurang lebih 350 kg ikan dalam box styrofoam untuk yang siap kirim dan 100 kg untuk ikan yang dijual pengecer sampai ikan tersebut laku.

Harga (Price)

Harga ikan Tongkol pada TPI Ujungbatu ditentukan oleh proses lelang. Kegiatan lelang biasanya menentukan harga ikan Tongkol dari harga ikan Tongkol hari yang lalu dengan jumlah hasil tangkapan ikan Tongkol nelayan yang pada hari tersebut didaratkan serta musim ikan Tongkol tersebut. Harga rata-rata ikan Tongkol pada musim paceklik mencapai Rp15.000,- / kg, Rp12.000,- / kg saat musim biasa, dan di musim panen Rp9.000,- / kg.

Lokasi (Placement)

Lokasi TPI Ujungbatu terletak di Desa Ujungbatu di mana daerah tersebut berada di daerah pesisir. Letaknya lokasi ini cukup strategis karena transportasi menuju TPI Ujungbatu dekat dari jalan utama dan dekat dengan pusat kota yang berjarak kurang lebih 1,5 Km. Kondisi jalan menuju TPI sendiri sudah baik sehingga memudahkan bagi para pembeli ikan Tongkol yang umumnya adalah daerah sekitar Ujungbatu untuk secara langsung membeli dan memilah. Kemudahan akses lokasi itulah yang menyebabkan lancarnya distribusi proses pemasaran ikan. Pedagang besar biasa menggunakan mobil pick up untuk memudahkan pengangkutan, sedangkan pedagang kecil/ pengecer menggunakan sepeda motor milik sendiri atau angkutan

umum yang menuju tempat-tempat konsumen lokal di pasar-pasar tradisional maupun mendatangi konsumen langsung dari rumah ke rumah.

Promosi (Promotion)

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran ikan Tongkol di TPI Ujungbatu ini menggambarkan bahwa promosi ikan Tongkol tangkapan nelayan tidak berjalan. Promosi tidak berjalan dikarenakan media yang digunakan untuk promosi kurang tersedia di Desa Ujungbatu. Selain itu, para pedagang lebih cenderung menggunakan jalan mudah dan hemat biaya seperti dengan menawarkan ikan Tongkol secara langsung kepada pengunjung TPI.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran ikan Tongkol di TPI Ujungbatu berjalan lancar. Adanya perantara-perantara pemasaran memudahkan produsen untuk mendistribusikan ikan Tongkol agar sampai ke tangan konsumen. Pihak-pihak yang terlibat dalam saluran pemasaran antara lain, produsen (nelayan), pedagang besar, pengecer, TPI, dan konsumen.

Produsen (nelayan)

Produsen disini adalah nelayan yang menghasilkan produk berupa ikan Tongkol. Sebagian besar nelayan di Desa Ujungbatu menggunakan alat tangkap mini purse seine dengan lama penangkapan tiap trip 1 hari. Ikan Tongkol yang didapat dari hasil melaut per tripnya berkisar antara 1000-4000 kg dengan nilai produksi rata-rata Rp 5.737.000,-, tergantung musim dari ikan Tongkol. Nelayan disini dibagi menjadi 3, yaitu pemilik kapal, nahkoda, dan ABK (Anak Buah Kapal).

Pembagian hasil tangkapan yang dilakukan oleh nelayan di TPI Ujungbatu dengan

Tabel 2 Rincian Pendapatan, Pengeluaran dan Pembagian Hasil Nelayan ikan Tongkol per Trip

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Pendapatan (harga jual/basket x vol. Hasil)	
- Tongkol Rp450.000,-/basket x 14 basket	6.300.000,-
- Cumi-cumi Rp400.000,-/basket x 4 basket	1.600.000,-
- Teri Rp300.000,-/basket x 5 basket	1.500.000,-
- Ikan lainnya	3.600.000,-
Jumlah	13.000.000,-
Pengeluaran	
Logistik	2.000.000,-
Retribusi 5 %	650.000,-
Es Rp17.000,- x 20 balok	255.000,-
Air bersih	250.000,-
BBM Rp4.500,- /liter x 100 liter	450.000,-
Rokok	340.000,-
Jumlah	3.945.000,-
Keuntungan	9.055.000,-
Pembagian hasil	
Pemilik 40 %	3.622.000,-
ABK 60 %	5.433.000,-

perbandingan 40%:60% dari total hasil tangkapan setelah dipotong untuk biaya perbekalan antara pemilik dengan ABK. Rincian pendapatan, pengeluaran serta pembagian hasil nelayan ikan Tongkol dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan rincian Tabel 2 di atas dapat diketahui keuntungan per trip penangkapan yaitu sebesar Rp13.000.000,-. Dari kesepakatan pembagian hasil, pemilik kapal mendapatkan Rp3.622.000,- dan ABK Rp5.433.000,-. Masing-masing ABK mendapatkan hasil rata-rata Rp362.200,- dengan jumlah ABK 15 orang.

Menurut nelayan setempat, musim puncak terjadi pada bulan November dengan tandainya hasil tangkapan yang meningkat dari bulan-bulan sebelumnya. Selama satu bulan, nelayan ikan Tongkol biasanya melakukan penangkapan ikan sebanyak 10 trip dengan lama 2 hari/trip. Ketika bulan bersinar terang, nelayan memilih untuk tidak melaut karena hasil tangkapan yang sedikit sehingga nelayan merugi akibat tidak dapat menutup biaya operasional.

Pedagang besar

Pedagang besar di TPI Ujungbatu disebut juga dengan agen. Pedagang besar menyalurkan produk ikan Tongkol keluar kota seperti Bandung dan Jakarta. Harga ikan Tongkol di TPI rata-rata Rp12.000,-/kg. Pedagang besar yang membeli ikan dalam jumlah besar tidak hanya menjual ikan Tongkol saja, tetapi ikan-ikan lain seperti ikan Teri, Udang dan Cumi-cumi. Rincian pendapatan dan pengeluaran pedagang besar ikan Tongkol dapat dilihat pada Tabel 3.

Pedagang besar membeli ikan Tongkol langsung di TPI dengan cara melelang hasil tangkapan dengan harga tinggi. Konsumen luar kota membeli ikan dari pedagang besar dengan harga Rp15.000,-/kg dengan volume 1.500 kg/hari. Pengiriman dilakukan setiap hari dengan menggunakan truck. Ikan-ikan yang dikirim keluar kota dimasukkan ke dalam box-box styrofoam yang berisi es curai dan dibedakan berdasarkan jenis ikannya pada tiap box-nya.

Tabel 3 menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh pedagang besar adalah sebesar Rp6.190.000,-/hari tiap kali pengiriman. Keuntungan yang besar didapatkan karena adanya penjualan ikan jenis lain yang mempunyai nilai jual yang tinggi, yaitu pada ikan Teri dan Cumi-cumi yang harga jualnya mencapai Rp40.000,-/kg. Keuntungan yang didapat dari penjualan khusus ikan Tongkol yaitu sebesar Rp2.519,-/kg. Keuntungan yang didapatkan merupakan laba bersih yang sudah dikurangi dengan biaya-biaya operasional dan pengeluaran lainnya.

Kurangnya pasokan ikan-ikan dari nelayan di TPI Ujungbatu merupakan kendala yang dihadapi oleh pedagang besar saat cuaca buruk yang tidak memungkinkan nelayan untuk melaut serta musim ikan Tongkol yang hanya ada pada saat-saat tertentu saja.

Aktivitas penjualan yang dilakukan oleh pengecer dilakukan setiap hari. Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 7, keuntungan yang didapatkan oleh pedagang pengecer

Tabel 3 Rincian Pendapatan dan Pengeluaran Pengecer Tongkol per Hari

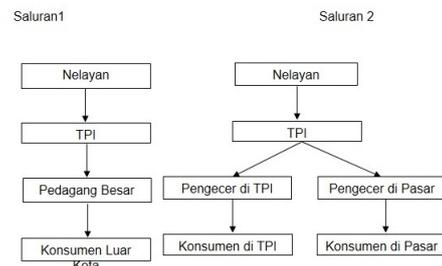
Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Pendapatan (harga/kg x vol.penjualan)	
- Tongkol Rp13.500,-/kg x 12 kg	162.000,-
- Teri Rp28.000,-/kg x 25 kg	700.000,-
- Pari Rp70.000,-/kg x 55 kg	3.850.000,-
- Udang Rp47.500,-/kg x 25 kg	1.187.500,-
Jumlah	5.899.500,-
Pengeluaran	
- Modal beli ikan	5.406.000,-
- Retribusi	40,-
- Es Rp17.000,- x 3 balok	51.000,-
- Plastik	2.200,-
Jumlah	5.459.240,-
Keuntungan	439.960,-

cer sebesar Rp439.960,- per harinya. Keuntungan yang besar didapatkan karena adanya penjualan ikan jenis lain yang mempunyai nilai jual yang tinggi, yaitu pada ikan Pari yang harga jualnya mencapai Rp70.000,-/kg. Keuntungan yang didapat dari penjualan khusus ikan Tongkol yaitu sebesar Rp1.045,-/kg. Keuntungan yang didapatkan merupakan laba bersih yang sudah dikurangi dengan biaya-biaya operasional dan pengeluaran lainnya.

Konsumen

Konsumen adalah sasaran penjualan terakhir ikan Tongkol dalam rantai pemasaran. Mutu yang baik, kesegaran ikan dan harga yang terjangkau merupakan keinginan konsumen untuk membeli ikan Tongkol. Harga jual ikan Tongkol kepada konsumen lokal (daerah sekitar TPI, pasar tradisional dan Jepara) rata-rata Rp13.500,-/kg. Hasil tangkapan nelayan yang dilelang di TPI langsung dibeli oleh pedagang besar/agen penjual dan selanjutnya dikirim keluar kota. Selain pedagang besar/agen, pengecer juga membeli hasil lelang di TPI yang dipasarkan ke konsumen lokal sekitar TPI, pasar tradisional dan Jepara.

Pemasaran hasil tangkapan ikan Tongkol di TPI Ujungbatu ada dua saluran, yaitu:

**Gambar 1** Saluran Pemasaran Ikan Tongkol di TPI Ujungbatu

Margin Pemasaran Volume produksi, harga per kilogram, biaya pemasaran dan musim adalah faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran ikan Tongkol di TPI Ujungbatu. Semakin tinggi margin maka semakin tinggi pula beban besar yang ditanggung oleh konsumen akhir. Margin yang didapat dari saluran pemasaran hasil tangkapan ikan Tongkol di TPI Ujungbatu dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan hasil perhitungan margin pemasaran yang terbentuk dari saluran pemasaran hasil tangkapan ikan Tongkol, setiap saluran pemasaran memiliki nilai margin yang berbeda sesuai kemampuan saluran pemasaran. Margin tertinggi ada pada saluran pedagang besar yang menjual ke konsumen luar kota, yaitu sebesar Rp3.000,-/Kg. Margin terendah yaitu sebesar Rp1.500,-/Kg terdapat pada saluran pengecer yang menjual ke konsumen lokal. Rendahnya margin yang didapatkan oleh pedagang pengecer disebabkan karena sedikitnya modal yang dimiliki oleh pedagang pengecer dan rendahnya kualitas ikan Tongkol dibandingkan dengan permintaan luar kota.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara biaya pemasaran dengan total nilai penjualan yang dinyatakan dalam bentuk persen. Kriteria yang dapat dipakai untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah margin, harga ditingkat konsumen, tersedianya fasilitas fisik pemasaran, dan pesaing pasar di TPI Ujungbatu. Tingkat efisiensi pemasaran yang didapat dari masing-masing

Tabel 4 Margin Pemasaran Ikan Tongkol

Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
Saluran 1			
Nelayan → TPI		12.000,-	
Pedagang besar → konsumen luar kota	12.000,-	15.000,-	3.000,-
Saluran 2			
Nelayan → TPI		12.000,-	
Pengecer → konsumen lokal	12.000,-	13.500,-	1.500,-

Tabel 5 Tingkat Efisiensi Pemasaran

Lembaga Pemasaran	Efisiensi pemasaran (%)		Keterangan
	Saluran 1	Saluran 2	
Pedagang besar	3.2		Efisien
Pengecer		3.3	Efisien

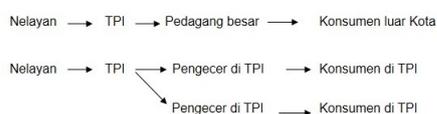
lembaga pemasaran di TPI Ujungbatu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa pedagang besar lebih efisien jika dibandingkan dengan pengecer. Jumlah efisiensi yang diperoleh oleh pedagang besar sebesar 3,2%, sedangkan jumlah efisiensi yang diperoleh oleh pengecer sebesar 3,3%.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian adalah sebagai berikut:

Saluran pemasaran hasil tangkapan ikan Tongkol di TPI Ujung batu ada 2 saluran yakni:



Keuntungan yang didapat pada nelayan, pedagang besar dan pedagang pengecer yang dihitung dari pendapatan dikurangi jumlah pengeluaran, didapatkan hasil untuk kapal ikan Tongkol (nelayan) mendapatkan keuntungan per trip penangkapan sebesar Rp9.055.000,- hasil tersebut belum di bagi antara pemilik kapal dan ABK, dengan pembagian hasil 40%:60% antara pe-

milik kapal dan ABK maka didapatkan keuntungan pemilik kapal per trip penangkapan Rp3.622.000,- dan untuk ABK mendapatkan masing-masing Rp362.200,-. Pedagang besar mendapatkan keuntungan khusus ikan Tongkol sebesar Rp2.519,-/kg dan pedagang pengecer mendapatkan keuntungan khusus ikan Tongkol sebesar Rp1.045,-/kg.

Margin harga terbesar diperoleh pedagang besar/ agen ikan Tongkol sebesar Rp3.000,- per kilogram dikarenakan pedagang besar memberikan kualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen luar kota.

Lembaga pemasaran baik pedagang besar dan pengecer memiliki pemasaran yang efisien dengan nilai efisiensi masing-masing sebesar 3,2% dan 3,3%.

Pustaka

1. Badrudin. 1998. Penyebaran Potensi dan Sumberdaya Ikan Laut di Perairan Indonesia : Sumberdaya Ikan Demersal. LIPI, Jakarta
2. Departemen Kelautan dan Perikanan. 2008. Buku Pedoman Sumber Pengenal Perikanan Laut (Jenis-jenis Ikan Ekonomis Penting). DKP. Jakarta.
3. Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2011. Statistik Ekspor Hasil Perikanan. Diakses dari www.statistik.kkp.go.id tanggal 5 Maret 2012.
4. Tempat Pelelangan Ikan Ujungbatu. 2011. Laporan Tahunan. Jepara.
5. Arikunto, S. 2003. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta. Jakarta.
6. Antoni, H., Fahrudin, A., Istiqlalayah, M., Kusumastuti, Y. I. dan W. Oktariza. 1996. Studi Distribusi Pemasaran Hasil Perikanan Laut dari Pelabuhan Ratu, Sukabumi, Jawa Barat. Jurnal Ekonomi Perikanan IPB Bogor 2 (2) : 34-41.
7. Anwar, I.M. 1994. Dasar-dasar Marketing. Alumni Bandung. Bandung.