STUDI DISTRIBUSI PEMASARAN HASIL PERIKANAN LAUT DARI PELABUHAN RATU, SUKABUMI, JAWA BARAT

Wawan Oktariza, Achmad Fahrudin, Istiqlaliyah M., Yatri I. Kusumastuti, Heri Antoni*)

ABSTRACT

Fisheries product from Pelabuhan Ratu is distributed through several marketing institutions. The marketing institutions involved are fisherman, *bakul pengumpul, bakul pengolah, bakul pengecer*, wholesaler, retailer and institutional market. Areas of the merketing are Pelabuhan Ratu, Sukabumi, Bogor, Bandung and Jakarta.

The Retailer gets the marketing margin more than other institutions. The structure of marketing cost is different at each institution, however in general, the cost consist of TPI fee, market fee, transportation cost, water and ice cost, packing cost and labor cost.

The average of the fisherman's share for the fish products that are marketed in Pelabuhan Ratu area is 68,65 %, and for outside areas is 59,96 %.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jawa Barat merupakan salah satu propinsi yang memiliki potensi perikanan yang cukup diandalkan. Propinsi ini dikelilingi oleh perairan laut seluas 220.000 km^2, termasuk perairan ZEEI di Samudra Indonesia yang kaya dengan sumberdaya perikanan (Dinas Perikanan Jawa Barat, 1991). Potensi perikanan laut Propinsi Jawa Barat menurut hasil penelitian BPPL pada tahun 1983 adalah sebesar 469.770 ton per tahun dengan potensi lestari (MSY) sebesar 234.886 ton per tahun. Bila dibandingkan dengan potensi lestari tersebut, maka pemanfaatan sumberdaya perikanan laut pada tahun 1990 baru mencapai 57,95 %, dimana produksi perikanan laut pada tahun tersebut adalah 136.106,50 ton.

Pelabuhan Ratu merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi sumberdaya perikanan laut yang cukup tinggi di Jawa Barat. Di daerah ini terdapat Pelabuhan Perikanan Nusantara Pelabuhan Ratu yang merupakan tempat nelayan mendaratkan ka-

*) Staf Pengajar Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan IPB

pal atau perahunya setelah menangkap ikan di laut. Produksi perikanan laut Kabupaten Sukabumi pada tahun 1990 mencapai 5.232,40 ton dan sebagian besar produksi hasil perikanan laut tersebut dihasilkan oleh nelayan-nelayan yang terdapat di Pelabuhan Ratu. Mengingat produksi perikanan laut yang cukup tinggi , maka suatu studi mengenai distribusi pemasaran hasil perikanan laut dari daerah ini sangat penting untuk dilakukan. Informasi mengenai daerah penyebaran hasil produksi perikanan laut dan struktur biaya pemasaran akan sangat berguna bagi para nelayan dan pedagang ikan dalam rangka meningkatkan efisiensi usahanya yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan nelayan dan pedagang ikan.

Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui distribusi hasil perikanan laut dari Pelabuhan Ratu, Sukabumi. Sedangkan secara rinci tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pola distribusi pemasaran hasil perikanan laut dari daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui struktur biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran hasil perikanan laut.
3. Untuk mempelajari penyebaran margin pemasaran pada lembaga-lembaga pemasaran dan mengetahui besarnya farmers' share.
4. Untuk memberikan alternatif pola pemasaran yang paling efisien bagi nelayan atau pedagang ikan.

II. METODOLOGI

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai. Dalam metode survai informasi dikumpulkan dari sebagian populasi untuk mewakili seluruh populasi (Singarimbun dan Effendi, 1985).

Pengambilan sampel responden dalam penelitian ini dilakukan secara *Purposive Sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, terhadap nelayan dan pedagang ikan. Nelayan yang dijadikan sampel adalah nelayan yang sedang melakukan penjualan hasil tangkapannya dan dapat mewakili para nelayan di lokasi penelitian dalam hal informasi. Penarikan sampel untuk pedagang dilakukan dengan sengaja dan disesuaikan dengan pergerakan pemasaran hasil perikanan laut yang paling sering terjadi.

Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dikumpulkan, diedit dan disusun dalam bentuk tabulasi. Selanjutnya dilakukan analisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran dan permasalahan yang timbul dalam kegiatan pemasaran hasil perikanan laut. Analisis kuantitatif terdiri dari analisis margin pemasaran, biaya dan keuntungan pemasaran serta fisherman's share. Secara matematis, analisis kuantitatif yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk menghitung margin pemasaran

   $MP = HK - HP = BP - KP$

   dimana : MP = Margin pemasaran
   HK = Harga ditingkat konsumen
   HP = Harga ditingkat nelayan
   BP = Biaya pemasaran yang ditanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat
   KP = Keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran yang terlibat

2. Untuk menghitung total biaya pemasaran

   $BP = BP1 + BP2 + BP3 + \ldots + BPk = BPi$

   dimana : BP = Total biaya pemasaran
   BPi = Biaya pemasaran yang ditanggung oleh lembaga pemasaran ke-i
   k = 1, 2, 3, ..., n, yaitu jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran yang diteliti

3. Untuk menghitung total keuntungan pemasaran

   $KP = MP - BP$

   dimana : KP = Total keuntungan pemasaran
   MP = Margin pemasaran
   BP = Total biaya pemasaran

4. Untuk menghitung fisherman's share

   $FS = HP/HK \times 100\ \%$

   dimana : FS = Fisherman's share
   HP = Harga ditingkat nelayan
   HK = Harga ditingkat konsumen

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Kegiatan pemasaran ikan-ikan hasil tangkapan nelayan di Pelabuhan Ratu pada umumnya dilakukan melalui Tempat Pelelangan Ikan (TPI), namun tidak semua nelayan menjual hasil tangkapannya melalui TPI. Nelayan yang menjual hasil tangkapannya melalui TPI adalah nelayan yang memperoleh hasil tangkapan dalam jumlah banyak, sedang nelayan yang hasil tangkapannya sedikit biasanya langsung menjual kepada pedagang pengumpul tanpa melalui pelelangan.

Penjualan ikan di pelelangan dipimpin oleh juru lelang yang ditunjuk oleh Kepala TPI. Sistem penawaran lelang dilakukan dengan cara meningkat dan penawar tertinggi akan memperoleh prioritas untuk membeli ikan yang ditawarkan oleh nelayan. Pembayaran dari bakul kepada nelayan dilakukan secara tunai setelah dipotong biaya retribusi sebesar 3 % dari nilai jual ikan yang dipungut dari nelayan dan 5 % dari bakul.

Ikan-ikan yang dibeli oleh para bakul didistribusikan kepada konsumen, baik konsumen yang berada di Pelabuhan Ratu maupun yang berada diluar Pelabuhan Ratu. Saluran pemasaran para bakul tidak sama, bakul pengecer memiliki saluran pemasaran yang paling pendek dibandingkan dengan bakul pengolah dan bakul pengumpul.

Bakul pengecer menyalurkan ikan kepada konsumen melalui pedagang pengecer, daerah pemasaran ikan-ikan yang dijual bakul pengecer adalah daerah Pelabuhan Ratu dan sekitarnya yang meliputi Kecamatan Cikidang dan beberapa kecamatan lainnya yang dekat dengan daerah tersebut. Sedang bakul pengolah menyalurkan ikan-ikan yang dibelinya darei pelelangan kepada para pengolah yang banyak terdapat di daerah tersebut atau mengolah sendiri ikan-ikan yang dibelinya.

Bakul pengumpul menyalurkan ikan-ikan yang dibeli dari pelelangan kepada pedagang besar, yang terdapat diluar Pelabuhan Ratu. Biasanya pedagang pengumpul merupakan agen atau perwakilan pedagang besar. Dari pedagang-pedagang besar, ikan-ikan tersebut disebarkan lagi kepada pedagang pengecer untuk kemudian dijual kepada konsumen akhir.

Dari hasil pengamatan selama waktu penelitian, diketahui bahwa jenis-jenis ikan yang dipasarkan di daerah Pelabuhan Ratu dan sekitarnya terdiri dari ikan tongkol, cucut, tenggiri, tuna, kembung, kakap, jangilus dan layur. Sedang ikan-ikan yang dipasarkan keluar Pelabuhan Ratu terdiri dari ikan tuna dan cakalang.

Fungsi Pemasaran Oleh Nelayan

Nelayan-nelayan Pelabuhan Ratu menjual ikan-ikan hasil tangkapannya kepada pembeli dengan dua cara, yaitu dijual langsung kepada bakul tanpa melalui pelelangan atau dijual memalui pelelangan. Nelayan yang memperoleh hasil tangkapan dalam jumlah sedikit akan menjual hasil tangkapan langsung kepada bakul. Sedang nelayan yang memperoleh hasil tangkapan dalam jumlah banyak akan menjual hasil tangkapan melalui pelelangan.

Ikan-ikan hasil tangkapan langsung dijual di Tempat Pelelangan Ikan (TPI), ketika perahu/kapal merapat di Pelabuhan Perikanan Nusantara Pelabuhan Ratu. Kegiatan pengangkutan ikan dari perahu/kapal ke tempat pelelangan dilakukan oleh awak perahu/kapal tersebut. Ikan-ikan yang disimpan dalam peti atau keranjang dibawa ke TPI dengan cara dipanggul atau menggunakan gerobak dorong. Karena TPI dan pelabuhan dalam satu lokasi dan berdampingan letaknya, maka nelayan tidak perlu mengeluarkan biaya pengangkutan.

Kegiatan penjualan ikan di TPI biasanya berlangsung pada pagi hari, antara pukul 05.00 sampai dengan pukul 10.00, tergantung kepada perahu/kapal yang merapat di pelabuhan. Di tempat pelelangan para bakul telah menunggu ikan-ikan yang akan dilelang. Pelelangan akan segera dilakukan jika telah cukup banyak ikan yang berada di TPI, hal ini dilakukan agar ikan-ikan yang dilelang masih segar sehingga harganya cukup baik bagi nelayan.

Dalam melakukan penjualan terhadap ikan-ikan hasil tangkapannya, nelayan tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Meskipun dari hasil penjualan ikannya di pelelangan nelayan dipungut biaya retribusi pelelangan sebesar 5 % dari nilai penjualannya, tetapi itu bukan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh nelayan sehingga tidak dapat disebut sebagai biaya pemasaran.

Penetapan harga ikan di pelelangan dipandu oleh juru lelang. Pada kesempatan pertama juru lelang akan menyebutkan nama pemilik ikan ,jenis dan jumlahnya, kemudian harga awal ikan ditentukan oleh juru lelang tersebut dan ditawarkan kepada para peserta pelelangan. Para peserta lelang akan saling mengajukan penawaran, peserta lelang yang mengajukan penawaran tertinggi akan memperoleh prioritas untuk membeli ikan yang dilelang.

Dari uraian diatas, diketahui bahwa nelayan melakukan beberapa fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh nelayan adalah fungsi pertukaran, yaitu penjualan; fungsi fisik, yaitu penyimpanan; dan fungsi fasilitas, yaitu pembiayaan.

Fungsi Pemasaran Oleh Bakul

Para bakul yang membeli ikan di TPI Pelabuhan Ratu dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu bakul pengecer, bakul pengolah dan bakul pengumpul. Bakul pengecer adalah bakul yang membeli ikan di pelelangan untuk kemudian dijual kembali kepada pedagang pengecer. Bakul ini biasanya membeli ikan dalam jumlah yang tidak terlalu banyak dan jenis-jenis ikan yang dibeli adalah ikan-ikan untuk pasaran lokal seperti ikan tembang, kembung, layur, tongkol dan lain-lain.

Bakul pengolah adalah bakul yang membeli ikan di pelelangan untuk digunakan sebagai bahan baku pembuatan ikan olahan seperti ikan pindang, ikan asin dan kerupuk ikan. Bakul pengolah pada umumnya juga merupakan para pengolah hasil perikanan yang banyak terdapat di daerah Pelabuhan Ratu dan sekitarnya. Jenis-jenis ikan yang biasa dibeli oleh bakul pengolah adalah tembang, tongkol, cucut, kembung, selar dan lain-lain.

Bakul pengumpul adalah bakul yang membeli ikan di pelelangan untuk dijual kembali kepada pedagang besar atau grosir. Bakul ini biasanya membeli ikan dalam jumlah besar dan jenis-jenis ikan yang dibelinya tertentu seperti ikan tuna, cakalang, sirip cucut, tenggiri dan kakap merah. Bakul pengumpul menjual ikan-ikannya kepada pedagang besar yang berada di luar daerah Pelabuhan Ratu seperti Sukabumi, Bogor, Bandung dan Jakarta.

Ikan-ikan yang dibeli oleh bakul pengecer dan bakul pengolah di pelelangan diangkut dengan menggunakan gerobak dorong atau kendaraan angkutan umum. Bakul pengecer akan langsung menjual ikan-ikan yang dibelinya kepada para pedagang pengecer yang mendatangi tempat pelelangan, karena pedagang pengecer tidak dapat mengikuti kegiatan pelelangan. Sedang bakul pengolah akan membawa ikan-ikan yang dibelinya ketempat pengolahannya. Sebelum menjual kepada para pedagang pengecer, bakul pengecer melakukan penimbangan terhadap ikan-ikan yang dibelinya dari pelelangan. Apabila ikan yang dijualnya tidak habis, bakul pengecer akan menyimpannya dalam peti atau tong plastik dengan menggunakan es sehingga ikan tersebut dapat dijual kembali keesokan harinya. Dalam kejadian seperti ini bakul harus menanggung resiko kerugian, karena ikan tersebut telah menurun kesegarannya sehingga harga jualnya lebih rendah dari harga sehari sebelumnya.

Bakul pengecer dalam kegiatan penjualan ikan mengeluarkan tiga jenis biaya pemasaran, yaitu biaya retribusi TPI, biaya pengadaan es dan biaya pengadaan air. Rata-rata biaya per kilogram ikan dari jenis-jenis ikan diteliti margin pemasarannya adalah Rp 56,25/kg untuk biaya retribusi TPI, Rp 33,625/kg untuk biaya pengadaan es dan Rp 14,125/kg untuk biaya pengadaan air.

Bakul pengumpul, sebelum membawa ikan-ikan yang dibelinya keluar Pelabuhan Ratu, melakukan penyortiran terhadap ikan tersebut. Ikan-ikan dikelompokan menurut jenis dan ukurannya. Kegiatan ini dilakukan oleh para pekerja yang dibayar secara harian. Setelah penyortiran selesai, dilakukan penimbangan untuk mengetahui berapa banyak jumlah ikan yang siap untuk dijual. Kemudian ikan-ikan dimasukan ke dalam gentong plastik bersama-sama dengan es, yang disusun secara berselang-seling dengan perbandingan 1 : 1. Untuk ikan-ikan berukuran kecil, selain dengan es juga diberi lapisan garam dengan susunan : es - ikan - garam - ikan - garam - ikan - es dan seterusnya.

Pengangkutan ikan keluar kota oleh bakul pengumpul dilakukan dengan menggunakan kendaraan pick-up atau truk. Pengangkutan ikan biasanya dilakukan pada sore atau malam hari. Apabila sedang musim ikan, seorang bakul pengumpul dalam sa-tu hari dapat mengirim dua sampai empat kendaraan dengan jumlah 2 sampai 6 ton ikan.

Bakul pengumpul dalam memasarkan ikan tuna dan cakalang keluar daerah Pelabuhan ratu mengeluarkan lima jenis biaya pemasaran. Kelima jenis biaya pemasaran tersebut adalah biaya retribusi yang besarnya Rp 73/kg untuk ikan tuna dan Rp 41/kg untuk ikan cakalang, biaya pengangkutan Rp 132/kg (tuna) dan Rp 134/kg (cakalang), biaya pengadaan es Rp 66/kg (tuna) dan Rp 46/kg (cakalang), biaya untuk memperoleh kartu bina mutu Rp 2/kg untuk tuna dan cakalang, dan biaya pekerja harian Rp 14/kg (tuna) dan Rp 10/kg (cakalang).

Cara pembayaran dari pedagang besar kepada bakul pengumpul terbagi dalam dua cara, yaitu secara tunai atau dengan tempo antara 3 sampai 7 hari. Cara penentuan harga ikan dilakukan berdasarkan harga pasaran atau ditetapkan oleh pedagang besar, sehingga bakul hanya dapat bertindak sebagai penerima harga. Kedudukan ini dapat menimbulkan resiko kerugian bagi bakul karena telah membeli ikan di pelelangan dengan harga tertentu, sehingga apabila pedagang besar menetapkan harga yang lebih rendah dari harga belinya, maka bakul akan mengalami kerugian.

Beberapa bakul pengumpul mempunyai hubungan dengan nelayan. Biasanya hubungan ini terjadi karena adanya ikatan pinjaman, dimana nelayan meminjam uang dari bakul untuk membiayai operasi penangkapan ikan. Adanya ikatan ini menyebabkan nelayan tidak bebas menjual hasil tangkapannya dan harga ikan juga akan lebih rendah daripada harga pasaran yang sebenarnya.

Dari uraian diatas terlihat bahwa bakul-bakul telah melakukan hampir seluruh fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh bakul terdiri dari : fungsi pertukaran, yaitu pembelian dan penjualan; fungsi fisik, yaitu penimbangan, pengemasan dan pengangkutan; dan fungsi fasilitas, yaitu pembiayaan dan penanggungan resiko.

Fungsi Pemasaran Oleh Pedagang Besar

Pedagang besar yang membeli ikan-ikan laut dari bakul pengumpul Pelabuhan Ratu sebagian besar berada di Jakarta, sebagian lagi berada di Bogor, Bandung dan Sukabumi. Pedagang besar yang berada di Jakarta biasanya membeli ikan da-lam jumlah besar, karena ikan-ikan tersebut akan didistribusikan kembali kepada pedagang-pedagang pengecer yang terdapat di pasar-pasar Jakarta dan daerah sekitarnya seperti Tangerang, Depok dan Bekasi. Sedang pedagang besar dari Bandung, Bogor dan Sukabumi biasanya membeli ikan dalam jumlah yang tidak terlalu besar, karena pedagang di daerah tersebut juga membeli ikan yang dijual oleh bakul pengumpul yang berasal dari Cirebon, Subang dan Indramayu untuk pedagang Bandung dan dari Jakarta untuk pedagang Bogor.

Ikan-ikan diangkut oleh bakul pengumpul ke tempat pedagang besar melakukan kegiatan pembelian dan penjualan. Ikan-ikan tersebut ditempatkan dalam tong plastik dan telah diberi keterangan mengenai berat dan jumlah atau ukuran ikan. Oleh karena itu pedagang tidak melakukan penimbangan ulang karena telah ada saling kepercayaan dengan bakul pengumpul. Pedagang juga tidak perlu melakukan penanganan terhadap ikan-ikan yang dibelinya karena telah diberi es dalam jumlah yang cukup oleh bakul pengumpul.

DAFTAR PUSTAKA

Gunarso, W. 1970. Beberapa Tindakan yang Dilakukan Nelayan atau Produsen Ikan dalam Mempertahankan Harga di Pesisir Cirebon. Fakultas Perikanan IPB. Bogor.

Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefudin. 1983. Tataniaga Hasil Perikanan. UI Press. Jakarta.

Santika, A. 1981. Analisis Margin Pemasaran Sayuran Dataran Tinggi di Propinsi Jawa Barat. Thesis. Fakultas Pasca Sarjana IPB. Bogor.

Thomson, F.L. 1951. Agricultural Marketing. John Wiley and Sons Inc. Ner York.

Tomek, W.G. and Kenneth L. Robinson. 1977. Agricultural Products Prices. Cornell University Press. Ithaca, New York.

Widyahartono, B. 1983. Kamus Istilah Pemasaran. PT. Indira Jakarta. Jakarta.