

ANALISIS SISTEM PEMASARAN HASIL PRODUKSI PERIKANAN TANGKAP: STUDI KASUS KECAMATAN TOBELO, KABUPATEN HALMAHERA UTARA

Marketing System Analysis for Fisheries Captured Production in Tobelo, North Halmahera Regency

Aser Tidore¹, Daniel R. Monintja², Eko Sri Wiyono²

Abstract

Fish Marketing in North Halmahera District accomplished dominated by one *stakeholder* (collectors/dibo-dibo). North Halmahera Government hasn't set a policy for fishery products marketing. So it is need marketing policy strategies for fisheries products in North Halmahera District. Catches of product marketing in North Halmahera District made through several channels, namely 1) marketed directly to collectors (Dibo-dibo) to be marketed directly to the market in Tobelo and 2) marketed directly to collectors (Dibo-dibo) and then marketed seller back to retailers and consumers are distributed to the local market inside and outside of North Halmahera district To determine the price of fisheries products, fishers have no power, absolutely pricing by collectors (Dibo-dibo) without the basic price set by the government. In order to overcome the problems of marketing in North Halmahera District, it would require an alternative marketing policy for fishery product. Priority policy strategy for fishery product in North Halmahera are improving marketing infrastructure and facilities (0.341), increased activity of fish auction (0.216), development of market access (0.171), modernization of equipment and fishing vessels (0.169) and the determination of the basic price of fishery products (0.103). With increased marketing and infrastructure facilities, expected activity in fish auction increases and becomes crowded, for the development of market access needs to be done so that the ease of reaching the market can be made shorter. Improving the quality of the quality of the catch should be increased as a growing market, where the quality of the catch is determined when fish caught in certain types of fishing gear, therefore it should be a policy of modernization of equipment and fishing vessels. If the product is good quality, then the fishermen have a higher bargaining position to collectors, so the basic pricing policies of fishery product into the next policy alternative.

¹ Lulusan program magister sains Mayor Sistem dan Pemodelan Perikanan Tangkap, Sekolah Pascasarjana IPB

² Dosen Departemen Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan IPB

1 PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang

Sektor kelautan dan perikanan memiliki prospek yang cerah untuk dibangun menjadi sentra ekonomi yang tangguh dan strategis karena dapat memicu pertumbuhan perekonomian di Kabupaten Halmahera Utara. Hal tersebut didasarkan pada jumlah produksi perikanan laut yang terus meningkat pada tahun 2006 sebanyak 5.673 ton dengan nilai Rp22.553 juta menjadi sebanyak 11.720 ton dengan nilai Rp58.600 juta (DKP Kabupaten Halmahera Utara, 2007). Peningkatan hasil produksi perikanan laut tersebut tentu sangat ditentukan oleh berbagai unsur yang secara langsung terkait dengan hasil produksi, misalnya nelayan, alat tangkap, sumber daya manusia, modal, mutu, penentuan harga, dan sistem pemasaran.

Dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Oleh karena itu, peranan pemasaran semakin penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya (Sofajan 1987). Artinya, setiap perusahaan sebelum melakukan kegiatan usahanya terlebih dahulu memikirkan tentang akses pemasaran, karena kalau tidak demikian maka tentu akan mendapat kesulitan ketika hasil produksi akan dipasarkan.

Masalah pemasaran produk perikanan, kalau dilihat dari hukum permintaan dan penawaran, menunjukkan bahwa produksi ikan sedikit atau banyak tidak menunjukkan perbedaan yang berarti bagi pendapatan nelayan. Di sisi lain, penerimaan lembaga-lembaga non produsen yang terlibat dalam tataniaga hasil perikanan, meningkat seiring dengan peningkatan hasil tangkapan. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kelemahan dalam sistem pemasaran, sehingga nelayan tidak menikmati hasil yang diperoleh secara maksimal. Kondisi seperti ini dialami sebagian besar nelayan di Kabupaten Halmahera, sehingga kegiatan perikanan tangkap selama ini belum memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kesejahteraan nelayan apalagi sebagai sumber pendapatan daerah.

Berpijak terhadap permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan suatu penelitian tentang bagaimana sistem pemasaran produksi perikanan tangkap yang ada di Kabupaten Halmahera Utara dan mencari alternatif strategi pemasaran

untuk meningkatkan nilai jualnya. Penelitian ini mengambil studi kasus di Kecamatan Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara.

2 METODE PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara Provinsi Maluku Utara. Pengambilan data dilakukan di beberapa Desa nelayan di Kecamatan Tobelo, Dinas Perikanan dan Kelautan, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Halmahera Utara. Penelitian dilaksanakan selama enam bulan mulai dari Juni sampai dengan November 2009.

2.3 Pengumpulan Data

Metode penelitian yang diaplikasikan adalah metode survei. Dalam metode survei, pengumpulan data dilakukan terhadap sebagian populasi atau secara sampling yang dianggap mewakili keseluruhan populasi yang diteliti. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan metode *purposive sampling* dengan cara memilih responden yang memiliki kelengkapan data sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono 2006).

Responden target adalah nelayan, pedagang pengumpul dan pengusaha perikanan, Koperasi, dan instansi terkait. Jumlah responden sebanyak 43 orang, terdiri dari nelayan sebanyak 30 orang mewakili berbagai jenis alat tangkap, pedagang pengumpul dan pengusaha perikanan sebanyak 5 orang dan kooperasi serta instansi terkait sebanyak 8 orang. Setelah data terkumpul dilakukan analisis deskriptif dan Hirarki Proses (AHP).

Tabel 1 Rangkuman tujuan, jenis, sumber data, metode pengumpulan dan metode analisis data

No	Tujuan Penelitian	Jenis Data	Sumber Data	Metode Pengumpulan	Metode Analisis
1	Mengetahui sistem pemasaran hasil produksi perikanan tangkap	Wawancara dengan nelayan dan pedagang pengumpul	Nelayan, Pedagang Pengumpul	Kajian pustaka, Survei	Deskriptif
2	Strategi kebijakan pemasaran hasil produksi perikanan tangkap	Pendapat para stakeholder dan pakar	Nelayan, Pedagang, Pemerintah Daerah, Koperasi	Kajian pustaka, survey stakeholder	AHP

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Keragaan Perikanan Tangkap

Secara umum, jenis teknologi penangkapan ikan yang digunakan oleh nelayan di Kabupaten Halmahera Utara adalah pancing ulur, rawai, mini purse seine (pajeko), jaring insang hanyut, jaring insang tetap, jaring lingkaran (giob), huhate, bagan, dan bubu. Tingkat teknologi penangkapan yang dipergunakan masih relatif sederhana, hanya mini purse seine atau di daerah setempat dikenal dengan pajeko yang tingkat teknologinya relatif paling maju. Namun demikian, jumlahnya masih terbatas dan umumnya merupakan paket-paket bantuan dari Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Halmahera Utara yang diserahkan kepada beberapa kelompok nelayan. Jenis kapal/perahu yang digunakan adalah perahu tanpa motor/perahu layar. Perahu tanpa motor biasanya digunakan untuk alat tangkap pancing ulur, jaring insang (*gillnet*) dan bubu, sedangkan perahu/kapal motor tempel digunakan untuk pengoperasian alat tangkap funai (huhate), pajeko (*mini purse seine*), giob (jaring lingkaran) dan bagan perahu. Sebagian besar kapal perikanan di Kabupaten Halmahera Utara sudah menggunakan motor, dengan ukuran kapalnya dibawah 5 GT. Dengan demikian, daerah penangkapan ikan (*fishing ground*) nelayan Halmahera Utara hanya terkonsentrasi di sekitar perairan pantai atau territorial saja (dibawah 12 mil laut).

Potensi perikanan laut (*standing stock*) sebesar 148.473,8 ton per tahun yang dapat dimanfaatkan diperkirakan sebesar 86.660,6 ton per tahun dengan perincian perikanan pelagis sebesar 48.946,4 ton per tahun dan perikanan demersal sebesar 32.664,2 ton per tahun (DKP Kabupaten Halmahera Utara 2007). Kecamatan Tobelo merupakan salah satu daerah penangkapan jenis ikan komersial, seperti cakalang, tuna, kerapu, kakap merah, dan baronang.

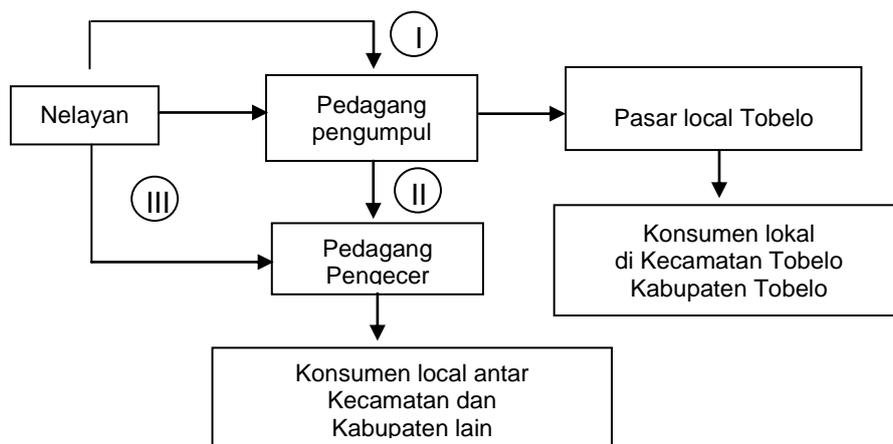
3.2 Sistem Pemasaran Produksi Hasil Tangkapan

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem. Proses yang dilakukan untuk mengetahui saluran pemasaran yang ada di Kabupaten Halmahera Utara, baik pasar ikan lokal untuk kebutuhan masyarakat lokal maupun pasar antar kabupaten yaitu dengan melakukan survei

pasar. Pemasaran hasil tangkapan ikan di Kecamatan Tobelo dilakukan dalam tiga saluran, yaitu:

- 1) Dipasarkan secara langsung ke pedagang pengumpul (dipo-dipo) untuk selanjutnya dipasarkan langsung ke pasar di Tobelo.
- 2) Dipasarkan secara langsung ke pedagang pengumpul (dipo-dipo) kemudian dipasarkan kembali ke pedagang pengecer dan didistribusikan ke konsumen pasar lokal yang berada di dalam maupun luar Kabupaten Halmahera Utara.
- 3) Dipasarkan secara langsung ke pedagang pengecer dan didistribusikan ke konsumen pasar lokal yang berada di dalam maupun luar Kabupaten Halmahera Utara.

Aktivitas pasca penangkapan yang dilakukan umumnya meliputi bongkar muat hasil tangkapan dan pemasaran. Pedagang pengumpul biasanya tidak melakukan penyimpanan sebab ikan yang diperoleh setelah dibeli dari nelayan semuanya disalurkan sesuai permintaan.



Keterangan :

I = Saluran pemasaran I (nelayan- pengumpul-konsumen)

II = Saluran pemasaran II(nelayan –pengumpul-pengecer-konsumen)

III = Saluran pemasaran I (nelayan- pengecer-konsumen)

Gambar 1 Skema saluran pemasaran hasil tangkapan ikan di Kabupaten Halmahera Utara

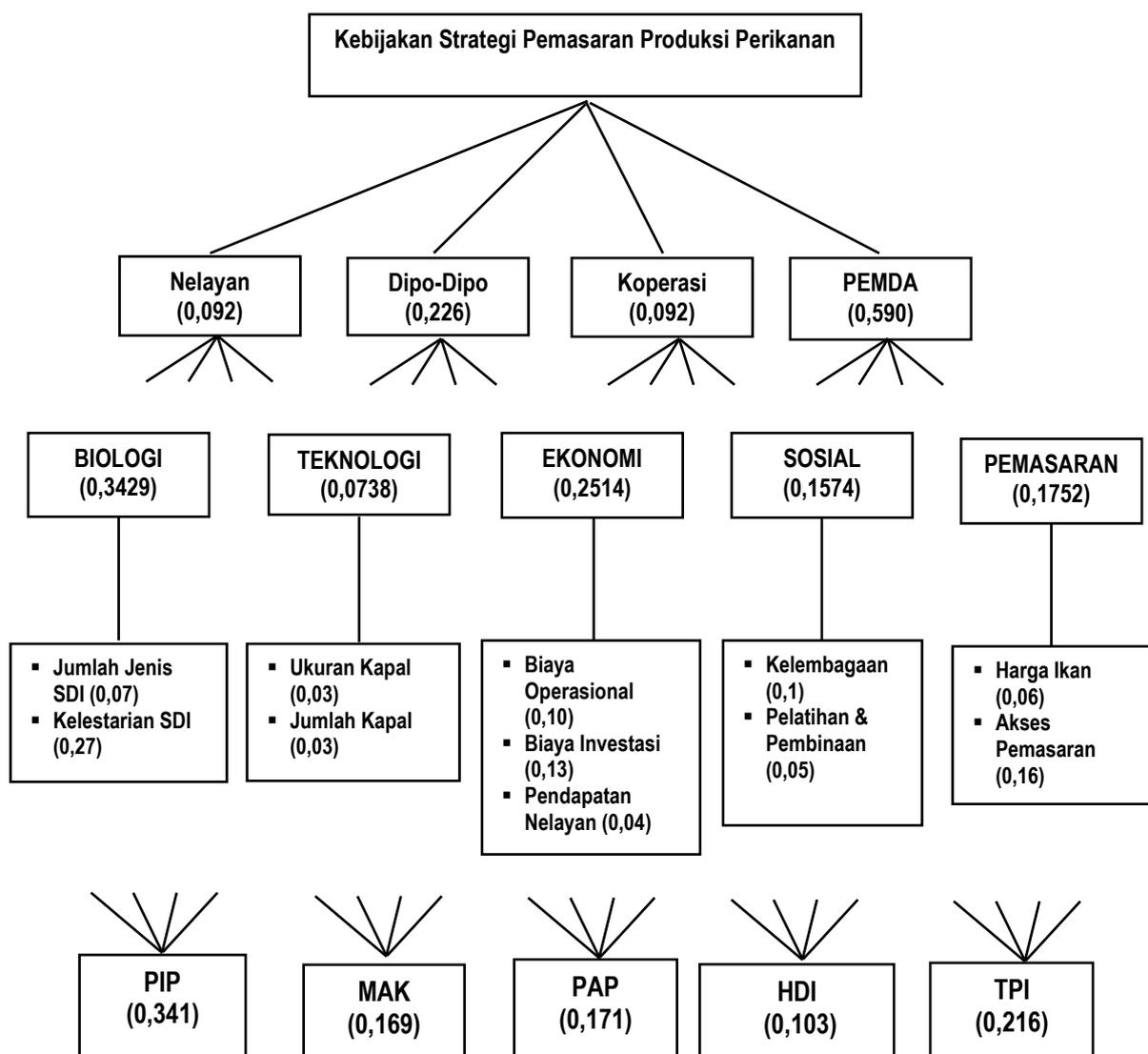
Sistem pemasaran ikan yang saat ini terdapat di Kabupaten Halmahera Utara masih relatif sederhana dan terbatas, sehingga untuk masa datang, sistem yang ada perlu dikembangkan dan dimodifikasi. Mekanisme sistem pemasaran yaitu, setelah mendaratkan hasil tangkapan, nelayan langsung menjual ke pedagang pengumpul dan sekaligus pedagang eceran atau pedagang ini melakukan pembelian dari tempat pendaratan atau dari nelayan secara langsung.

Kemudian, pedagang tersebut menjajakannya di pasar setempat atau ke kecamatan lain dan kabupaten lain yang berdekatan. Hingga kini belum tersedia sarana pasar ikan yang higienis dan tempat penyimpanan ikan (*cold storage*). Pada kegiatan pemasaran, pemerintah daerah Kabupaten Halmahera Utara belum menetapkan harga dasar ikan, penentuan harga hasil tangkapan ditentukan oleh dibo-dibo/pedagang pengumpul. Menurut Bogar (2009), pada sistem pemasaran ikan nelayan skala kecil lebih didominasi pedagang pengumpul dan yang paling dominan menentukan harga ikan adalah pedagang pengumpul. Bahkan pada waktu hasil tangkapan nelayan melimpah, pedagang pengumpul tidak selalu membelinya. Kondisi tersebut, sangat merugikan pihak nelayan.

Sebagian besar produk perikanan hanya dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi di wilayah Kabupaten Halmahera Utara dan hanya sedikit yang dipasarkan ke luar wilayah kabupaten. Ikan yang akan dipasarkan ke luar wilayah kabupaten, umumnya akan dikirim melalui Pelabuhan Umum Tobelo untuk dikirim ke Manado dan Jakarta, bahkan ada juga yang diekspor ke beberapa negara. Para pedagang ikan belum menggunakan alat transportasi yang memadai. Selain itu, belum tersedia sarana pasar ikan yang higienis sebagai pusat perdagangan ikan. Oleh karena itu, diharapkan ke depan perlu dibangun pusat pasar ikan higienis, agar mutu ikan lebih terjamin dan dapat dikontrol. Hal ini juga dimaksudkan untuk mendapatkan harga yang layak, sehingga sistem pemasaran ikan akan berjalan secara efisien dan terpadu.

3.3 Strategi Pemasaran Produksi Hasil Tangkapan

Urutan aktor yang berperan sebagai penentu kebijakan strategi pemasaran produksi perikanan skala kecil di Kabupaten Halmahera adalah Pemerintah Daerah (0,59), dibo-dibo (0,226), nelayan (0,092) dan koperasi (0,092). Kondisi tersebut dikarenakan pemerintah sebagai pengambil kebijakan pemasaran produksi ikan di Kabupaten Halmahera Utara. Dibo-dibo lebih berperan sebagai penentu harga dibandingkan nelayan dan koperasi. Pemerintah daerah sebagai aktor yang memiliki peran utama sebagai regulator pada perikanan skala kecil (Gambar 1).



Keterangan Alternatif Kebijakan:

- PIP : Peningkatan fasilitas & Infrastruktur Pemasaran
- MAK : Modernisasi Alat dan Kapal Penangkapan Ikan
- PAP : Pengembangan Akses Pasar
- HDI : Harga dasar jenis ikan
- TPI : Aktifkan Fungsi TPI

Gambar 1 Hirarki nilai prioritas kebijakan strategi pemasaran produksi perikanan tangkap skala kecil

Pada level kriteria, urutan prioritas kriteria yang berperan terhadap kebijakan strategi pemasaran produksi perikanan tangkap skala kecil di Kabupaten Halmahera Utara adalah biologi (0,3429), ekonomi (0,2514), pemasaran (0,1752), sosial (0,1574) dan teknologi (0,0738). Kriteria biologi menempati urutan

prioritas pertama, karena kegiatan pemasaran tidak dapat terjadi tanpa adanya jaminan ketersediaan sumberdaya ikan. Selain itu, nelayan akan tetap melaut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan mencari keuntungan menjual hasil tangkapannya ke pedagang pengumpul, sehingga kriteria ekonomi melatarbelakangi kegiatan penangkapan ikan. *Code of Conduct for Responsible Fisheries* (FAO 1995) menyebutkan bahwa pemerintah turut berperan dalam kelestarian sumberdaya ikan, disebutkan pada bagian 6.1 yaitu *”States and users of living aquatic resources should conserve aquatic ecosystem. To right to fish carries with it the obligation to do so in a responsible manner so as to ensure effective conservation and management of the living aquatic resources”*.

Pada level sub kriteria urutan prioritas terdiri dari kelestarian sumberdaya ikan (0,27), akses pemasaran (0,16), biaya investasi (0,13), biaya operasional (0,10), kelembagaan (0,10), jumlah jenis sumberdaya ikan (0,07), harga dasar ikan (0,06), pelatihan dan pembinaan (0,05), pendapatan nelayan (0,04), ukuran kapal (0,03) dan jumlah kapal (0,03). Alasan sub kriteria kelestarian sumberdaya ikan sebagai prioritas pertama karena dengan sumberdaya ikan yang lestari, maka kegiatan penangkapan, pemasaran dan pemenuhan kebutuhan konsumsi ikan oleh konsumen dapat terpenuhi. Sub kriteria lain pada level ini dapat terpenuhi apabila prioritas sebelumnya dilakukan terlebih dahulu.

Pada level alternatif kebijakan strategi pemasaran produksi perikanan tangkap skala kecil, urutan prioritas terdiri dari peningkatan fasilitas dan infrastruktur pemasaran (0,341), peningkatan aktivitas TPI (0,216), pengembangan akses pasar (0,171), modernisasi alat dan kapal penangkap ikan (0,169) dan penentuan harga dasar jenis ikan (0,103). Dengan peningkatan fasilitas dan infrastruktur pemasaran, diharapkan aktivitas kegiatan di TPI meningkat dan menjadi ramai. Pengembangan akses pasar perlu dilakukan untuk kemudahan mencapai lokasi pasar. Peningkatan mutu kualitas hasil tangkapan perlu ditingkatkan seiring pasar yang semakin berkembang, kualitas hasil tangkapan ditentukan mulai saat ikan ditangkap. Oleh karena itu perlu dilakukan kebijakan modernisasi alat dan kapal penangkap ikan. Apabila kualitas baik, maka nelayan memiliki posisi tawar yang lebih tinggi kepada pedagang

pengumpul, maka kebijakan penentuan harga dasar jenis ikan menjadi alternatif kebijakan selanjutnya.

Alasan alternatif peningkatan fasilitas infrastruktur pemasaran menjadi prioritas pertama, karena fasilitas dan infrastruktur menjadi kendala pada kegiatan pemasaran produksi perikanan tangkap skala kecil di Halmahera Utara. Kendala tersebut berupa tidak adanya akses ke pasar ikan, tidak menunjangnya tempat pelelangan ikan (TPI) dan industri pendinginan (*cold storage*) dan hingga saat ini belum ada pasar ikan higienis.

Alternatif selanjutnya yang diharapkan dapat mencapai tujuan pemasaran produksi perikanan skala kecil adalah meningkatkan aktivitas di tempat pelelangan ikan (TPI). TPI merupakan pusat pemasaran hasil produksi perikanan, pemasaran hasil produksi secara umum meliputi kegiatan yang berhubungan dengan penjualan dan pendistribusian. Sistem pelayanan di TPI adalah sistem terbuka, dengan cara ikan yang didaratkan di pangkalan pendaratan ikan (PPI) langsung dimasukkan ke TPI kemudian dijual kepada pedagang dan sebagian dijual ke pasar atau konsumen (Danial 2007). Apabila aktivitas kegiatan perikanan di TPI meningkat dengan fasilitas yang memadai, diharapkan banyak nelayan yang melakukan pelelangan hasil tangkapannya di TPI. Kegiatan perikanan yang ramai pada suatu tempat akan menarik pelaku-pelaku perikanan lain seperti pedagang/pengumpul atau bahkan konsumen langsung, sehingga pasar dapat tercipta di lingkungan tersebut. Untuk menciptakan kondisi yang lebih baik, perlu dilakukan pengembangan akses pasar (0,171) sebagai alternatif ketiga. Trondsend, Helstad dan Young (2003) menyebutkan bahwa jumlah pembeli yang banyak akan mempromosikan kompetisi varietas spesies dan ikan yang didaratkan dan dapat dipastikan bahwa nelayan akan menerima harga yang kompetitif.

Alternatif ke empat adalah modernisasi alat dan kapal penangkap ikan (0,169), dengan tujuan kegiatan penangkapan yang dilakukan dapat lebih efisien dan efektif. Kondisi tersebut diharapkan dapat mengatasi permasalahan biaya investasi dan operasional yang tinggi. Beberapa penelitian yang dilakukan tentang modernisasi alat dan kapal penangkap ikan menyatakan bahwa modernisasi tersebut harus dibarengi dengan peran institusi pemerintah dalam pengelolaan perikanan bagi perikanan skala kecil, karena kondisi yang tidak

dipantau akan mengakibatkan penurunan stok sumberdaya (Allison and Ellis 2001), terutama di perairan territorial. Alternatif modernisasi alat dan kapal penangkap ikan bertujuan agar kegiatan penangkapan menjadi lebih efisien dan produktivitas kapal meningkat. Peran pemerintah daerah dalam menangani perikanan skala kecil diharapkan dapat lebih intensif. Peran tersebut dapat melalui kebijakan-kebijakan yang dapat diaplikasikan atau penunjukan peran kelembagaan dalam pemantauan kegiatan pemasaran produksi hasil tangkapan ikan di Halmahera Utara.

Alternatif kebijakan strategi terakhir adalah penentuan harga dasar ikan. Dengan penentuan harga dasar ikan oleh pemerintah daerah, maka penentuan harga tidak berdasarkan perhitungan pedagang, akan tetapi berdasarkan harga yang sudah ditetapkan. Selain hal tersebut, kondisi ini akan membuat harga produksi ikan menjadi lebih kompetitif dan nelayan mendapat keuntungan yang dapat diperhitungkan.

4 KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Pemasaran hasil tangkapan ikan dilakukan dalam tiga saluran, yaitu:
 - (1) Dipasarkan secara langsung ke pedagang pengumpul (dipo-dipo) untuk selanjutnya dipasarkan langsung ke pasar di tobelo.
 - (2) Dipasarkan secara langsung ke pedagang pengumpul (dipo-dipo) kemudian dipasarkan kembali ke pedagang pengecer dan didistribusikan ke konsumen pasar lokal yang berada di dalam maupun luar Kabupaten Halmahera Utara.
 - (3) Dipasarkan secara langsung ke pedagang pengecer dan didistribusikan ke konsumen pasar lokal yang berada di dalam maupun luar Kabupaten Halmahera Utara.
- 2) Alternatif strategi kebijakan pemasaran produksi hasil tangkapan di Halmahera Utara diurutkan berdasarkan prioritas adalah peningkatan fasilitas dan infrastruktur pemasaran (0,341), peningkatan aktivitas TPI (0,216),

pengembangan akses pasar (0,171), modernisasi alat dan kapal penangkap ikan (0,169) dan penentuan harga dasar jenis ikan (0,103).

4.2 Saran

- 1) Kegiatan pemasaran melibatkan beberapa *stakeholder*, sehingga dalam penentuan kebijakan pemasaran di Kabupaten Halmahera Utara perlu melibatkan *stakeholder* yang terkait,
- 2) Apabila Pemerintah Daerah telah menetapkan suatu kebijakan tentang pemasaran di Kabupaten Halmahera Utara, diperlukan suatu pengawasan terhadap aplikasi kebijakan pemasaran tersebut

5 DAFTAR PUSTAKA

- Allison, Edward H and Ellis F. 2001. The Livelihood Approach and Management of Small-Scale Fisheries. *Marine Policy Journal* 25:377-388.
- Bogar, W. 2009. Pengembangan Model Pemberdayaan Ekonomi Nelayan Tradisional (Studi Pada Nelayan Tradisional di Pulau Siau Kabupaten Sitaro). *Jurnal AGRITEK* 17 (6): 1205-1212.
- Danial. 2007. Evaluasi Rencana Pengembangan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Soreang Ditinjau dari Aspek Teknis dan Biologis di Kota Pare-pare Sulawesi Selatan. *Jurnal FPIK, UMI, Makasar* 14 (1): 93-100.
- [DKP] Dinas dan Keluatan Perikanan Kabupaten Halmahera Utara. 2007. *Laporan Tahunan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Halmahera Utara Tahun 2007*. DKP Kabupaten Halmahera Utara.
- FAO. 1995. Code of Conduct for Responsible Fisheries. Food and Agricultural Organization of The United Nations. Rome. Italy. 41 pages.
- Sofajan. 1987. *Menejemen Pemasaran, Dasar dan Konsep Strategi*. Jakarta: PT. Gaja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Ed ke-2. Bandung: CV. Alfabeta.
- Trondsen, Tobjorn; Kjetil Helstad and James A. Young. 2003. Market Oriented Regional Fisheries Management – an analysis of four regions in the North Atlantic. *Ocean and Coastal Management Journal* No. 46. pp 917-941.