

KEUNTUNGAN PENJUAL IKAN YANG MENGGUNAKAN KENDARAAN DAN PEJALAN KAKI DI KOTA KENDARI

Income Fishmonger That Use Utilize Vehicle and Hiker at Kendari City

Fidar Andriani¹, Budiyanto², dan Roslindah Daeng Siang²

1) Mahasiswa Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

2) Dosen Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan FPIK UHO

e-mail: fidarandriani@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan dan pejalan kaki di Kota Kendari. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan responden menggunakan kuisioner. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, dengan jumlah 33 sampel yaitu penjual ikan yang menggunakan kendaraan dan pejalan kaki di Kota Kendari. Dimana terdiri dari 20 penjual ikan yang menggunakan kendaraan dan 13 penjual ikan pejalan kaki. Alat analisis yang digunakan adalah analisis keuntungan dan pengujian hipotesis dua mean. Berdasarkan hasil penelitian pada usaha penjual ikan diperoleh nilai rata-rata biaya pemasaran pada penjual ikan yang menggunakan kendaraan Rp.13.009.478 dan pejalan kaki yaitu sebesar Rp6.823.808. Sedangkan rata-rata pendapatan penjual ikan yang menggunakan kendaraan Rp12.925.522 dan pejalan kaki yaitu sebesar Rp6.987.731.

Kata Kunci: Kendari, keuntungan, penjual ikan

ABSTRACT

This study aimed to analyze the income fishmonger who use vehicles and pedestrians in the city of Kendari. The data collection is done by direct interviews with respondents using a questionnaire. The sampling technique uses accidental sampling method, the number of 33 samples, namely fishmonger who use vehicles and pedestrians in the city of Kendari. Which comprises 20 fish vendors who use the vehicle and 13 pedestrian fishmonger. The analytical tool used is the analysis of two mean hypothesis testing. Based on the results of research on fish vending business obtained an average value of marketing costs on a fishmonger who use Rp13,009,478 vehicles and pedestrians in the amount of Rp6,823,808. While the average income of the fish sellers who use the vehicle Rp12,925,522 and pedestrians in the amount of Rp6,987,731.

Keywords: Kendari, income, fishmonger

PENDAHULUAN

Perikanan adalah kegiatan manusia yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya hayati perairan. Sumber daya hayati perairan tidak dibatasi secara tegas dan pada umumnya mencakup ikan, amfibi dan berbagai avertebrata penghuni perairan dan wilayah yang berdekatan, serta lingkungannya.

Pemasaran ikan dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya yaitu penjual ikan menggunakan kendaraan dan yang berjalan kaki. Dua jenis penjual ini bukan hanya di Kota Kendari saja, akan tetapi diberbagai daerah pun ada. Kebutuhan masyarakat akan ikan sangat tinggi dikarenakan kandungan vitamin dan protein didalamnya. Hal ini merupakan peluang bagi penjual ikan untuk memasarkan ikan.

Persaingan penjual dalam memasarkan ikan sangat ketat karena banyaknya penjual ikan yang ada, sehingga para penjual harus mengetahui bagaimana cara untuk menarik perhatian konsumen agar ikannya dapat terjual sehingga pendapatan yang dihasilkan banyak. Pemasaran ikan yang dilakukan oleh penjual ikan yang menggunakan kendaraan maupun yang berjalan kaki harus memiliki cara tersendiri untuk menarik perhatian konsumen. Salah satunya hal yang bisa dilakukan yaitu harus ramah, pandai untuk meyakinkan konsumen dan pandai memilih ikan yang segar agar masyarakat dapat membeli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga bulan Juni 2016, bertempat di Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penjual ikan keliling di Kota Kendari. Jumlah sampel 33 orang yang diambil secara *accidental sampling* dimana penjual ikan yang menggunakan kendaraan adalah 20 orang dan penjual ikan pejalan kaki adalah 13 orang.

Analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui biaya pemasaran ikan dapat dihitung dengan rumus menurut La Ola (2014) yaitu:

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:

- TC = Total biaya
- TFC = Total biaya tetap
- TVC = Total biaya variabel

2. Untuk mengetahui perbedaan keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan dan pejalan kaki di Kota Kendari dapat dihitung

dengan rumus pengujian hipotesis tentang dua mean, sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \cdot \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}} \dots(1)$$

Keterangan:

- X₁ = Rata-rata keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan
- X₂ = Rata-rata keuntungan penjual ikan yang berjalan kaki
- n₁ = Jumlah penjual ikan yang menggunakan kendaraan
- n₂ = Jumlah penjual ikan yang berjalan kaki
- S₁ = Varians penjual ikan yang menggunakan kendaraan
- S₂ = Varians penjual ikan yang berjalan kaki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Pemasaran ikan Penjual Ikan Keliling

Penjual ikan yang menggunakan kendaraan dalam memasarkan ikannya mulai dari tempat pelelangan ikan atau TPI hingga hampir keseluruhan Kota Kendari sedangkan penjual ikan keliling yang berjalan kaki ditempat atau lokasi tertentu, dari keadaan ini dapat dijelaskan bahwa penjual ikan yang menggunakan kendaraan lebih besar pangsa pasarnya dibandingkan penjual ikan yang berjalan kaki karena yang menggunakan kendaraan tidak terlalu menggunakan tenaga secara fisik sedangkan penjual ikan keliling pejalan kaki menggunakan tenaga secara fisik. Setiap kali penjualan, akan diperhadapkan dengan biaya yang harus dikeluarkan dan diperhitungkan guna memfasilitasi proses penjualan. Biaya dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses

penjualan ikan dalam setiap satu kali penjualan. Biaya tersebut terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap yang jika dijumlahkan merupakan total biaya yang dikeluarkan oleh penjual ikan dalam melakukan penjualan. Biaya yang dibebankan (segala pengeluaran) didalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang sampai ketangan pembeli. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cahyani (2000) menyatakan bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ke tangan konsumen.

Dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa selisih biaya pemasaran yang dikeluarkan penjual ikan yang berjalan kaki dengan penjual ikan yang menggunakan kendaraan dapat dilihat pada kolom

selisih harga. Biaya pemasaran pada penjual ikan pejalan kaki yaitu dengan rata-rata biaya pemasaran Rp6.823.808/bulan, apabila penjual ikan pejalan kaki mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp6.823.808/bulan maka akan memperoleh keuntungan sebesar Rp13.811.538/bulan, sedangkan penjual ikan yang menggunakan kendaraan biaya pemasaran yang dikeluarkan yaitu dengan rata-rata sebesar Rp13.009.478/bulan maka akan memperoleh keuntungan sebesar Rp25.935.000/bulan. Sewaktu-waktu penjual ikan yang berjalan kaki lebih kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan dibandingkan dengan penjual ikan yang menggunakan kendaraan. Hal ini bisa terjadi karena penjual ikan yang berjalan kaki menaikkan harga ikan yang dijual.

Tabel 1 Biaya pemasaran penjualan ikan

No	Biaya Pemasaran	(Rp/bulan)	
		Menggunakan Kendaraan (Rp)	Pejalan Kaki (Rp)
1	Tertinggi	23.360.167	12.718.500
2	Terendah	8.992.000	3.835.000
	Rata-rata	13.009.478	6.823.808

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

Keuntungan Penjual Ikan

Keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan dan pejalan kaki dapat dilihat pada Tabel 2.

Nilai keuntungan atau pendapatan bersih diperoleh dari total pendapatan (*total revenue*) dikurangi dengan biaya keseluruhan (*total cost*), keuntungan untuk penjual ikan pejalan kaki rata-rata sebesar Rp6.987.731/bulan, sedangkan keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan rata-rata sebesar Rp12.925.522/bulan. Selisih keuntungan yang diperoleh penjual ikan pejalan kaki dan penjual ikan yang menggunakan kendaraan rata-rata sebesar Rp5.937.791

/bulan. Jadi keuntungan atau pendapatan bersih yang diperoleh masing-masing penjual ikan pejalan kaki dan penjual ikan yang menggunakan kendaraan yaitu dengan selisih rata-rata sebesar Rp5.937.791/bulan. Hal ini dikarenakan penjual ikan yang menggunakan kendaraan lebih mampu menjangkau tempat-tempat yang terpencil sehingga penjual ikan yang menggunakan kendaraan menaikkan harga yang sesungguhnya karena ditempat terpencil kurang penjual ikan seperti Lorong Kawat, Lorong Lumba-Lumba, Kampung Baru dan Abeli. Sedangkan penjual ikan pejalan kaki tidak menjangkau tempat-tempat tertentu. Hal ini sesuai dengan pernyataan Horngren *et al.*

(1994), bahwa laba bersih mengukur kemampuan usaha untuk menghasilkan laba dan menjawab pertanyaan bagai-

mana keberhasilan dalam mengelolah usahanya.

Tabel 2 Keuntungan penjualan ikan

No	Keuntungan	(Rp/bulan)	
		Menggunakan Kendaraan (Rp)	Pejalan Kaki (Rp)
1	Tertinggi	17.889.833	13.370.000
2	Terendah	6.051.889	1.040.500
	Rata-rata	12.925.522	6.987.731

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

Hasil Analisis Uji t

Hasil analisis uji t untuk melihat perbedaan keuntungan dapat dilihat sebagai berikut. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa keuntungan penjual

ikan yang menggunakan kendaraan dan pejalan kaki berbeda secara signifikan atau dapat dikatakan bahwa keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan lebih tinggi dibanding keuntungan penjual ikan pejalan kaki.

$$t = \frac{12.925.522 - 6.987.731}{\sqrt{\frac{(20-1)12.925.522 + (13-1)6.987.731(2/31)}{20+13-2}}}$$

$$t = 2,765$$

$$t_{\text{tabel}}(0,05) = 1.695519$$

$$t_{\text{hitung}} = 2,765$$

Keterangan :

* Signifikan pada tingkat 95%

Penjual ikan yang menggunakan kendaraan dan pejalan kaki menjalankan perannya sebagai penjual dengan strategi masing-masing dalam menarik minat pembeli. Misalkan ada penjual yang melayani pembeli dengan menggunakan bahasa dari suku konsumen (pembeli) meskipun penjual ikan tersebut bukan berasal dari suku yang sama tetapi sebisa mungkin penjual ikan menjalankan fungsinya demi mendapatkan pelanggan sehingga menimbulkan keakraban antara penjual dan pembeli serta rasa nyaman yang didapatkan oleh konsumen. Lain lagi dengan penjual ikan yang memiliki prinsip bahwa pembeli itu adalah raja. Penjual ikan mempercayai bahwa apabila melakukan pelayanan yang dapat memuaskan hati para pembelinya maka peluang untuk menjadikan pembeli menjadi pelanggan lebih besar, sehingga

dampak yang dihasilkan penjual ikan juga baik untuk keberlangsungan usahanya.

Meskipun demikian, penjual ikan yang menggunakan kendaraan tetap lebih banyak keuntungannya dibanding dengan penjual ikan pejalan kaki. Disadari bahwa penjual ikan yang menggunakan kendaraan banyak mengeluarkan biaya-biaya dalam pemasaran ikannya seperti motor, bensin, oli, es batu, tali pengikat, kantong plastik, keranjang dan gabus sedangkan penjual ikan pejalan kaki hanya mengeluarkan ongkos angkot, tali pengikat, es batu, ember, loyang dan kantong plastik. Akan tetapi meskipun penjual ikan yang menggunakan kendaraan banyak mengeluarkan biaya tetapi keuntungannya juga banyak. Hal ini dikarenakan penjual ikan

yang menggunakan kendaraan banyak tempat yang bisa ditempuh dan bisa berpindah-pindah tempat atau lokasi penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan tersebut dapat ditutupi oleh banyaknya pendapatan yang dihasilkan oleh penjual ikan yang menggunakan kendaraan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Soemarso (2004) menyatakan bahwa laba (pendapatan) yaitu sejauh mana sebuah usaha memperoleh keuntungan dari kegiatan penjualan sebagai selisih dari usaha itu terdapat biaya yang dikeluarkan untuk proses penjualan selama periode tertentu.

Sedangkan penjual ikan pejalan kaki meskipun tidak banyak mengeluarkan biaya-biaya seperti penjual ikan yang menggunakan kendaraan akan tetapi tidak banyak keuntungan yang dihasilkan, karena tempat atau lokasi yang tidak bisa ditempuh oleh penjual ikan keliling pejalan kaki tersebut.

SIMPULAN

Simpulan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Biaya pemasaran penjual ikan yang menggunakan kendaraan tertinggi Rp1.203.119/bulan sedangkan yang terendah Rp36.150/bulan dan biaya pemasaran penjual ikan pejalan kaki tertinggi yaitu Rp401.538/bulan dan terendah Rp18.846/bulan. Sedangkan keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan yaitu rata-rata sebesar Rp12.925.522/bulan dan keuntungan penjual ikan pejalan kaki rata-rata sebesar Rp6.987.731/bulan.
2. Keuntungan penjual ikan yang menggunakan kendaraan berbeda signifikan terhadap penjual ikan pejalan kaki. Hal ini karena penjual ikan yang menggunakan kendaraan lebih luas pangsa pasarnya di-

bandingkan dengan penjual ikan yang pejalan kaki.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchelt B & Wagenführ A. 2012. Evaluation of Colour Differences on Wood Surface. *Eur J.Wood Prod* (2012), 70: 389-391.
- Cahyani N.K.B. 2000. Studi Perhitungan Biaya. *Skripsi*. Program Studi S1 Jurusan Teknik Planologi ITB. Kemacetan di Pusat Kota Denpasar.
- Dyckman T.R., Roland E., Dukes & Charles J. 2002. *Akuntansi Intermediate*. Edisi ketiga. Jilid satu, (No.5) diterjemahkan oleh Munir Ali. J. Erlangga. Jakarta.
- Horngren C.T., Foster G & Datar S. 1994. *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, (8th edn), Englewood Cliffs NJ, Prentice Hall
- Sya'rani, L. 2007. Analisis Kesesuaian Perairan Pulau Karimunjawa dan Pulau Kemujan Sebagai Lahan Budidaya Rumput Laut Menggunakan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Pasir Laut*, 3(1).
- Jain R & Babbar S.B. 2005. Guar Gum and Isobutyl as Cost-Effective Alternative Gelling Agents For in Vitro Multiplication of an Orchid, *Dendrobium Chrysotoxum*. *Current Science*, 88(2): 292-295.
- La Ola L.O. 2014. Efisiensi Biaya Produksi dan Daya Saing Komoditi Perikanan Laut di Pasar Lokal dan Pasar Ekspor. *Jurnal Bisnis Perikanan*, 1(1): 39-50.
- Soemarso S.R. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Salemba Empat. Jakarta.