



Analisis Marjin Pemasaran Dan Elastisitas Transmisi Harga Produk-Produk Perikanan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya Provinsi Kalimantan Barat

¹ Yeni; ² Achmad Sutarmin.

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

INFO ARTIKEL

Kata kunci:
Marjin;
Elastisitas;
Produk Perikanan;
Kubu Raya.

ABSTRAK

Pengembangan usaha masyarakat, terutama masyarakat nelayan yang dilakukan oleh pemerintah merupakan peluang yang sangat baik dalam upaya meningkatkan kapasitas serta penghasilan masyarakat. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah seringkali masyarakat nelayan sebagai produsen tidak menikmati marjin keuntungan yang mereka peroleh. Hal ini dikarenakan terjadi ketidakseimbangan dalam distribusi pemasaran, sehingga diperlukan analisis marjin pemasaran dan elastisitas transmisi harga produk-produk perikanan di Sungai Kakap Kab. Kubu Raya. Sedangkan tujuan penelitian ini untuk menganalisis saluran pemasaran, besaran marjin pemasaran, dan elastisitas transmisi harga produk-produk perikanan di daerah Sungai Kakap Kab. Kubu Raya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada *Field Research*, yaitu penelitian yang berhubungan dengan pranata dan budaya serta pengalaman hidup masyarakat nelayan, sedangkan metode yang digunakan adalah Analisis Saluran Pasok dan Saluran Nilai Komoditas, Marjin Pemasaran, dan Elastisitas Transmisi Harga produk-produk perikanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa marjin pemasaran yang dibagikan kepada pedagang perantara dengan jasa sebesar Rp 31.000,00 per kg atau dengan kata lain hilangnya pendapatan nelayan karena menggunakan jasa pedagang pengumpul dan agen rata-rata sebesar Rp 1.512.000,00 per orang/bulan. Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan berbagi keuntungan, sehingga marjin pemasaran yang diterima nelayan berkurang selanjutnya berdampak terhadap pendapatan. Besaran rata-rata angka elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ($E_t > 1$), artinya harga yang dibayar konsumen akhir yang dinikmati masyarakat nelayan sebagai sumber pendapatan lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan pihak pedagang perantara. Dengan rasio tersebut dapat digambarkan bahwa nelayan hanya menikmati Rp1,00 dari hasil usahanya, sedangkan pihak pedagang perantara menikmati dalam jumlah yang lebih besar, yaitu sebesar Rp 1,47 (rata-rata 147%).

1. Pendahuluan

Kabupaten Kubu Raya terdiri dari sembilan (9) kecamatan, salah satunya adalah kecamatan Sungai Kakap dengan luas wilayah 453,17 km². Kecamatan Sungai Kakap mempunyai 15 desa, memiliki penduduk sebesar 115.796 jiwa. Letak geografis Kecamatan Sungai Kakap berada di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Teluk Pakedai dan Kecamatan Rasau Jaya, sebelah utara Kecamatan Siantan Kabupaten Mempawah, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Sungai Raya, Kecamatan Rasau Jaya, sedangkan sebelah barat perbatasan dengan Laut Natuna.

Bukti keseriusan pemerintah daerah Kabupaten Kubu Raya untuk memanfaatkan potensi alam ini juga tercermin dari program strategis dalam sektor Perikanan dan Kelautan yang telah disusun, antara lain : pengembangan budidaya ikan air tawar, pengembangan budidaya ikan air payau atau tambak rakyat (udang, udang venamme dan windu), penguatan armada tangkap dan teknologi, serta peningkatan sarana dan prasarana TPI dan PPI, serta penataan pemukiman nelayan.

*Kontak penulis

E-mail: yeniirawan26@gmail.com

<http://openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp>

ISSN : 2355 – 1038 (Print) ISSN : 2621 – 5098 (Online)

Dari sisi pemasaran terdapat perbedaan yang cukup nyata dalam hal pemasaran komoditi perikanan dan komoditi perikanan. Pada pemasaran komoditi hasil tangkapan perikanan memiliki karakteristik diantaranya, yaitu pada saat nelayan merencanakan untuk melakukan pemungutan hasil perikanan (tangkap maupun budidaya) dan biasanya tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara langsung karena (1) Lokasi produksi letaknya jauh dan tersebar sehingga diperlukan transportasi untuk mencapai konsumen, (2) Bersifat musiman, sementara konsumsi bersifat regular dan kontinyu dari waktu-waktu, (3) Komoditi yang diperdagangkan umumnya dalam bentuk mentah sehingga menuntut penanganan segera agar dapat dikonsumsi dengan kondisi baik oleh konsumen.

Elastisitas transmisi dipergunakan untuk menjelaskan perbandingan persentase perubahan harga di tingkat pengecer dengan persentase perubahan harga di tingkat nelayan sebagai produsen. Perencanaan ini memerlukan adanya pengetahuan tentang keberadaan saluran pemasaran dan lembaga- lembaga pemasaran, margin pemasaran, elastisitas transmisi harga, permasalahan yang dihadapi serta kemungkinan pengembangan.

masalah yang akan dikaji di dalam penelitian ini terdiri dari :

- 1) Bagaimana saluran pemasaran serta lembaga pemasaran pemasaran produk-produk perikanan Kecamatan Sungai Kakap di Kabupaten Kubu Raya.
- 2) Berapa besara margin pemasaran produk-produk perikanan di Sungai Kakap Kab. Kubu Raya.
- 3) Bagaimana elastisitas transmisi harga di tingkat pedagang pengecer dalam saluran pemasaran pemasaran produk-produk perikanan di daerah Sungai Kakap Kab. Kubu Raya.
- 4) Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari menganalisis saluran pemasaran serta lembaga pemasaran pemasaran produk-produk perikanan di daerah Sungai Kakap Kab. Kubu Raya.

2. Metode Penelitian

2.1 Metode Penelitian

Metode yang dipergunakan dalam kajian ini, yaitu *desk study* dan *field study*. Desk study dilakukan dengan cara menyusun, mengkaji, dan menganalisis dengan menggunakan data sekunder maupun data primer yang diperoleh dari lapangan. "Analisis margin pemasaran dan elastisitas transmisi harga produk-produk perikanan di Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya". Sumber data pada kegiatan ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung kepada masyarakat (pedoman wawancara dan angket) yang berada di daerah target, maupun di ibukota kecamatan, serta kabupaten.

2.2 Lokasi Penelitian

Uraian latar belakang dan permasalahan yang mendasari penelitian ini, terkait dengan Analisis margin pemasaran dan elastisitas transmisi harga produk-produk perikanan di Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya. Wilayah yang dibahas dalam penelitian ini mencakup kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

2.3.1 Data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner oleh responden. Teknik gumpulan data yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah :

- 1) Observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti, yaitu pengamatan terhadap aktivitas masyarakat nelayan dan pedagang perantara.
- 2) Kuesioner, yaitu penulis memberikan daftar pertanyaan kepada masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini.
- 3) Wawancara, yaitu penulis melakukan wawancara langsung dengan pimpinan instansi, pemuka masyarakat dan aparat pemerintah bagian sektor perikanan.

2.3.2 Data sekunder, yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara tidak langsung atau dari sumber-sumber lain berupa catatan-catatan atau dokumen pemda/instansi yang terkait dan buku-buku yang mendukung penelitian ini.

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam kajian ini meliputi seluruh masyarakat wilayah Sungai Kakap Kab. Kubu Raya, dengan target 8 Desa serta Kota Pontianak sekitarnya. Sedangkan sampel diambil dengan metode *purposive sampling* yang dikombinasikan dengan pendekatan *snowboling*.

2.5 Teknik Analisis

Analisis deskriptif kuantitatif. Margin pemasaran dihitung dengan rumus :

$$VM = (Pr - Pf). Q^*$$

Keterangan :

VM = Nilai margin pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga di tingkat petani
 Q* = Jumlah yang ditransaksikan
 Sedangkan **elastisitas transmisi harga** digunakan rumus sebagai berikut :

$$Et = (Pf / (a + Pf))$$

 Keterangan :
 Et = Elastisitas Transmisi
 Pf = Harga di tingkat petani
 a = konstanta.

3. Hasil dan Pembahasan

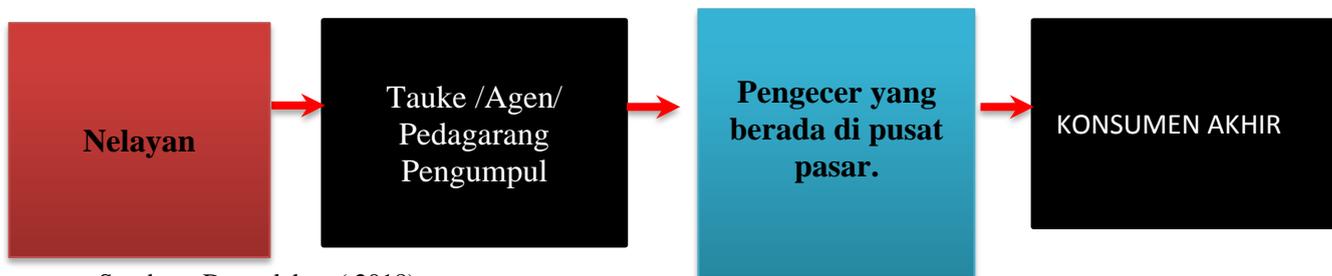
3.1. Analisis Saluran Pemasaran

Untuk mendapatkan persepsi dan umpan balik terhadap kondisi masyarakat nelayan dan saluran pemasaran serta lembaga pemasaran komoditas perikanan, maka diperlukan adanya *feed back* dari nelayan terhadap kemungkinan adanya kendala dalam pengembangannya. Umpan balik yang diharapkan tidak hanya dari aspek nelayan dan peranan lembaga pemasaran, sosial ekonomi namun juga terhadap kemungkinan pengembangan lembaga pemasaran dan jaringan pemasaran yang lebih mengarah kepada keseimbangan ekonomi sebagai upaya menggali sari-sari pikiran yang cerdas, bijak, berwawasan kedepan, adapun kendala yang dihadapi masyarakat nelayan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.
Persepsi Masyarakat Terhadap Kendala

No	Kendala	F	%
1	Modal Usaha Terbatas	25	31,25
2	Transportasi	5	6,25
3	Harga Bahan	2	2,50
4	Harga Jual Tangkapan Berfluktuatif	30	37,50
5	Tidak ada akses pasar	15	18,75
6	Skala Usaha Kecil	2	2,50
7	Lain-lain	1	1,25
Total		80	100.00

Sumber : data olahan 2018



Sumber : Data olahan (2018).

Gambar 1.
Tipe Saluran Pemasaran Komoditas Hasil Perikanan di Kecamatan Kakap Kabupten Kubu Raya

3.2 Analisis Margin Pemasaran

Pemasaran komoditas perikanan memiliki karakteristik diantaranya adalah pemasaran dimulai dari pada saat nelayan merencanakan untuk melakukan pemungutan hasil perikanan (tangkap dan budidaya maupun industri rumahan) dan biasanya tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara langsung karena (1) Lokasi produksi letaknya jauh dari lokasi pasar sehingga diperlukan transportasi untuk mencapai konsumen, (2) Bersifat musiman, sementara konsumsi bersifat regular dan kontinyu dari waktu-waktu, (3) Komoditas yang dihasilkan tidak tahan lama sehingga menuntut penanganan pemasaran segera agar cepat sampai ke pasar dengan kondisi baik oleh konsumen.

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dan harga yang diterima nelayan sebagai produsen. Dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat lembaga pemasaran yang terlibat maka juga dianalisis distribusi margin pemasaran di antara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat.

Margin pemasaran dihitung dengan rumus :

$$VM = (Pr - Pf). Q^*$$

Keterangan :

VM = Nilai margin pemasaran
 Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga di tingkat petani
Q* = Jumlah yang ditransaksikan

Sedangkan **elastisitas transmisi harga** digunakan rumus sebagai berikut :

$$Et = (Pf / (a + Pf))$$

Keterangan :

Et = Elastisitas Transmisi
Pf = Harga di tingkat petani
a = konstanta.

Untuk masing-masing jenis hasil tangkapan dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut :

Tabel 2.

Harga di Tingkat Nelayan, Pengecer dan Jumlah Rata-rata Transaksi

No	Jenis Ikan	Rata-rata Jumlah Tangkapan Per Orang /Bulan	Harga Tingkat Nelayan	Harga Tingkat Pengumpul	Harga Tingkat Pengecer
1.	Kakap Batu	72	30.000	40.000	60.000
2.	Krisi	80	10.000	20.000	25.000
3.	Kelempai	70	15.000	25.000	33.000
4.	Gelame	60	6.000	16.000	22.000
5.	Kepiting	20	70.000	85.000	120.000
6.	Udang	83	32.000	45.000	70.000
7.	Ranjungan	17	25.000	30.000	57.000

Sumber : Hasil analisa dan pengamatan lapangan (2018).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa margin pemasaran yang diterima masyarakat nelayan relatif kecil dibandingkan dengan margin yang diterima pihak perantara, hal ini terlihat dari gap harga pada tingkat nelayan dengan harga tingkat pengecer. Untuk melihat besaran rata-rata margin pemasaran dan nilai margin pemasaran beberapa komoditas dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 3.

Nilai Margin Pemasaran

No	Jenis Komoditas	Margin Pemasaran (Rp)	Nilai Margin Pemasaran Per Oarng/Bln (Rp)	Elastisitas Transmisi Harga (Et)
1.	Kakap Batu	30.000	2.160.000	1,00
2.	Krisi	15.000	1.200.000	1,50
3.	Kelempai	18.000	1.260.000	1,20
4.	Gelame	16.000	960.000	2,67
5.	Kepiting	50.000	1.000.000	0,71
6.	Udang	38.000	3.154.000	1,19
7.	Ranjungan	50.000	850.000	2,00
Rata-rata		31.000	1.512.000	1,47

Sumber : Hasil analisa dan pengamatan lapangan (2018).

Dari tabel di atas terlihat bahwa selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dari harga yang diterima nelayan rata-rata per kg sebesar Rp 31.000,00 dengan nilai margin sebesar Rp 1.512.000,00 per orang/bulan. Besarnya angka ini menggambarkan dengan saluran pemasaran yang panjang pendapatan nelayan dibagikan kepada pedagang perantara dengan jasa sebesar Rp 31.000,00 per kg atau dengan kata lain hilangnya pendapatan nelayan karena menggunakan jasa pedagang pengumpul dan agen rata-rata Rp 1.512.000,00 per orang/bulan. Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan berbagi keuntungan, sehingga margin pemasaran yang diterima nelayan berkurang selanjutnya berdampak terhadap pendapatan. Oleh karena itu, pengelolaan bersama (prinsip kebersamaan) atau kemitraan sangat diperlukan dalam

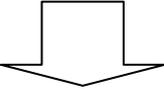
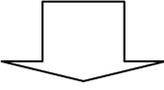
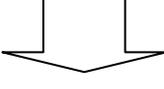
pengelolaan pemasaran agar berdampak positif kepada pendapatan masyarakat nelayan. Untuk melakukan hal ini diperlukan suatu wadah atau lembaga pemasaran serta peranan pemerintah untuk membantu masyarakat nelayan mengurangi ketergantungan manajemen terhadap pedagang pengumpul, sehingga ada alternatif dalam penjualan dari hasil tangkapan dapat dijual langsung kepada pengecer dengan harga yang layak dengan margin pemasaran yang wajar. Dengan kondisi ini margin pemasaran dapat dinikmati lebih besar dan wajar yang selanjutnya akan berkorelasi positif terhadap pendapatan dan kesejahteraan mereka.

3.3 Analisis Elastisitas Transmisi

Elastisitas transmisi dipergunakan untuk menjelaskan perbandingan persentase perubahan harga di tingkat pengecer dengan persentase perubahan harga di tingkat nelayan sebagai produsen. Analisis transmisi harga memberikan gambaran bagaimana harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir ditransmisikan kepada masyarakat nelayan. Dari Tabel 5.3, dapat diketahui bahwa rata-rata angka elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ($E_t > 1$), artinya harga yang dibayar konsumen akhir yang dinikmati masyarakat nelayan sebagai sumber pendapatan lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan pihak pedagang perantara. Dengan rasio tersebut dapat digambarkan bahwa nelayan hanya menikmati Rp1,00 dari hasil usahanya, sedangkan pihak pedagang perantara menikmati dalam jumlah yang lebih besar, yaitu sebesar Rp 1,47 (rata-rata 147%). Rasio elastisitas transmisi harga menggambarkan kondisi yang ironis, di mana nelayan sebagai produsen hanya menikmati margin pemasaran yang lebih kecil dari pihak ketiga sebagai jasa perantara.

3.4 Rencana Tahapan Berikutnya

Rencana tahap selanjutnya penelitian akan meneruskan penelitian ini sampai ke tahap berikutnya sesuai dengan roadmap peneliti sebagai berikut :

Kegiatan	Tahun
1) Menganalisis saluran pemasaran serta lembaga pemasaran produk-produk perikanan Kecamatan Sungai Kakap di Kabupaten Kubu Raya. 2) Menganalisis besaran margin pemasaran produk-produk perikanan di Sungai Kakap Kab. Kubu Raya. 3) Menganalisis elastisitas transmisi harga di tingkat pedagang pengecer dalam saluran pemasaran pemasaran produk-produk perikanan di daerah Sungai Kakap Kab. Kubu Raya.	2018
	2019
Optimalisasi Pengelolaan Pemasaran Produk Perikanan di Kabupaten Kubu Raya Provinsi Kalimantan Barat	
	2020
Optimalisasi Pengelolaan Sumber Pembiayaan Usaha Perikanan di Kabupaten Kubu Raya Provinsi Kalimantan Barat	
	2021
Model Optimalisasi Pembiayaan dan Pemasaran Usaha Sektor Perikanan Kabupaten Kubu Raya Provinsi Kalimantan Barat	

Gambar 2.
Roadmap Penelitian

4. Kesimpulan dan Saran

1. Saluran distribusi menggunakan 3 (tiga) tingkatan, yaitu pihak nelayan sebagian besar hanya melayani penjual dalam jumlah yang besar kepada pedagang pengumpul/pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen akhir dilayani oleh pengecer yang berada di pusat pasar.
2. Margin pemasaran yang dibagikan kepada pedagang perantara dengan jasa sebesar Rp 31.000,00 per kg atau dengan kata lain hilangnya pendapatan nelayan karena menggunakan jasa pedagang pengumpul dan agen rata-rata Rp 1.512.000,00 per orang/bulan. Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan berbagi keuntungan, sehingga margin pemasaran yang diterima nelayan berkurang selanjutnya berdampak terhadap pendapatan.

3. Transmisi harga memberikan gambaran bagaimana harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir ditransmisikan kepada masyarakat nelayan. Besaran rata-rata angka elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ($E_t > 1$), artinya harga yang dibayar konsumen akhir yang dinikmati masyarakat nelayan sebagai sumber pendapatan lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan pihak pedagang perantara. Dengan rasio tersebut dapat digambarkan bahwa nelayan hanya menikmati Rp1,00 dari hasil usahanya, sedangkan pihak pedagang perantara menikmati dalam jumlah yang lebih besar, yaitu sebesar Rp 1,47 (rata-rata sebesar 147%).

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin, M, Metodologi Penelitian Kualitatif, “Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya”, Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Freddy Rangkuty “Riset Pemasaran”, PT. Gramedia Pustaka Utama”, Jakarta, 2007.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Alih Bahasa oleh : Benyamin Molan, Jakarta : PT. INDEKS, 2012.
- Kuat Ismanto, Manajemen Syari’ah : Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari’ah, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009
- Kabupaten Kayong Utara Dalam Angka, Badan Pusat Statistik Kabupaten Kubu Raya, 2016.
- Murti Sumarni dan John Soeprihanto, Pengantar Bisnis, Yogyakarta, Penerbit Liberty, 2012
- Mubyarto, Pemberdayaan Ekonomi Rakyat, Jakarta: Aditya Media, 2009
- Narayanasamy, N., Force field analysis. In Participatory rural appraisal: Principles, Methods and Application. New Delhi: SAGE Publications India, 2009
- Ramdhansyah dan Sondang Aida Silalahi, Pengembangan Modal Pendanaan UMKM Berdasarkan Persepsi UMKM. Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 5, No. 1, Maret, Hal 30-40, 2013.
- Supriyanto, S dan Damayanti, Nyoman Anita, Perencanaan dan Evaluasi, Surabaya, Airlangga University Press, 2007.
- Suparmoko, M. Metode Penelitian Praktis Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Praktik. Penebar Swadaya. Jakarta, 2007
- Surjadi, Implementasi FFA (Analisis Medan Kekuatan). Badan Diklat Provinsi Jawa Timur, 2008 .
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.