

**ANALISIS TATANIAGA IKAN BANDENG DI KECAMATAN SAMUDERA
KABUPATEN ACEH UTARA**

**ANALYSIS OF TATANIAGA FISH BANDENG IN SAMUDERA DISTRICT
NORTH ACEH DISTRICT**

Muhammad Authar MD

Program Studi Agribisnis

Universitas Malikussaleh

Email: authar@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis besarnya margin pemasaran dan share harga yang diterima petani dan menganalisis besarnya rasio keuntungan dan biaya. Metode analisa data dalam penelitian dalam penelitian ini digunakan analisis tataniaga untuk mengetahui share harga, margin pemasaran, share biaya, share keuntungan antara lembaga pemasaran. Hasil penelitian adalah Margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran yang ada besarnya bervariasi dan distribusinya tidak merata. Menurut analisis tataniaga, maka diketahui bahwa margin pemasaran pada semua saluran pemasaran besarnya bervariasi. Pada saluran pertama marginnya sebesar Rp. 5500,-, saluran kedua Rp. 6000,-, saluran ketiga Rp 4500,- dan saluran keempat Rp 5000,-. Share harga yang diterima petambak pada saluran pertama adalah 74,72%, saluran kedua 72,73%, saluran ketiga 78,05% dan pada saluran keempat 76,19%. Rasio keuntungan dan biaya besarnya juga bervariasi. Pada saluran pertama: rasio (K/B) untuk petambak adalah 0,18, pedagang pengumpul desa 1,08, pedagang pengumpul kecamatan 1,08, pedagang pengumpul kabupaten 3,00 dan pedagang pengecer lokal 5,67. Pada saluran kedua: rasio (K/B) untuk petambak 0,18, pedagang pengumpul desa 1,08, pedagang pengumpul kecamatan 1,34, pedagang pengumpul kabupaten 5,67 dan pedagang pengecer luar daerah 11,50. Pada saluran ketiga: rasio (K/B) untuk petambak 0,18, pedagang pengumpul kecamatan 1,34, pedagang pengumpul kabupaten 5,00 dan pedagang pengecer lokal 9,00. Pada saluran keempat: rasio (K/B) untuk petambak 0,18, pedagang pengumpul kecamatan 1,34, pedagang pengumpul kabupaten 5,67, pedagang pengecer luar daerah 15,67.

Kata kunci: Ikan Bandeng, Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran

Abstract

The purpose of this study was to analyze the magnitude of the marketing margin and share price received by farmers, and to analyze the ratio of benefit to cost. Data analysis method in this research is by using a business administration analysis to determine the share price, the marketing margin, share costs, share of profit between marketing institutions. Based on analysis of business administration is known that the marketing margin on all marketing channels is varied in magnitude. In the first channel the marketing margin is Rp 5500, Rp 6000 in the second channel, Rp 4500 in the third channel, and Rp 5000 in the fourth channel. Share price received by the owner of the pond in the first channel is 74.72%, 72.73% in the second channel, 78.05% in the third channel, and 76.19% in the fourth channel. Ratio of profit to cost is also varied magnitude. In the first channel: ratio of profit to cost (P / C) was 0.18 for the owner of the pond, 1.08 for collecting traders of village, 1.08 for collecting traders of the district, 3.00 for collecting traders of regency, and 11.50 for retailers outside the area. In the second channel: ratio of profit to cost (P / C) was 0.18 for the owner of the pond, 1.08 for collecting traders of village, 1.34 for collecting traders of the district, 5.67 for collecting traders of regency, and 11.50 for retailers outside the area. In the third channel: ratio of profit to cost (P / C) was 0.18 for the owner of the pond, 1.34 for collecting traders of the district, 5.67 for collecting traders of regency, and 15.67 for retailers outside the area.

Keywords: Milkfish, Marketing Channel, Marketing Margin

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Aceh Utara mempunyai sumber daya perikanan yang cukup besar sehingga dapat merupakan modal dasar bagi usaha untuk meningkatkan produksi perikanan. Sumber daya tersebut terdapat hampir di semua Kecamatan yang memiliki perairan laut, tambak dan kolam yang dapat mendukung peningkatan usaha budidaya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas

Kelautan dan Perikanan Kabupaten Aceh Utara, luas areal perikanan tambak menurut teknologi di Kabupaten Aceh Utara yaitu 10.779,63 Ha, dimana luas areal tambak secara tradisional 9.170,17 Ha dan semi intensif 1.609,46 Ha yang tersebar di 27 Kecamatan.

Diantara 27 Kecamatan yang ada di Kabupaten Aceh utara, luas lahan dan produksi ikan

bandeng di Kecamatan Samudera merupakan nomor tiga terbesar di Kabupaten Aceh Utara. Berikut adalah tabel luas areal dan produksi ikan bandeng di Kecamatan Samudera pada tahun 2008 dan 2009. Luas areal tambak di Kecamatan Samudera pada tahun 2008 sebesar 946,00 Ha mampu menghasilkan 26,43 ton, dan pada tahun 2009 luas areal tambak meningkat yaitu 948,18 Ha, sedangkan produksi yang dihasilkan menurun menjadi 18,37 ton.

Perbedaan tingkat produksi dalam suatu kegiatan usahatani tambak disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya pada penggunaan faktor input (modal, luas lahan, tenaga kerja, nener/gelondongan, pupuk, pestisida, pakan dan lain-lain) yang memadai dan juga kondisi alam yang sesuai. Selain itu, teknik budidaya yang cocok sangat diperlukan dalam menentukan kualitas dan kuantitas output (ikan bandeng) dalam usaha pertambakan.

Namun peningkatan produksi belum menjamin terjadinya peningkatan pendapatan petani yang proporsional karena pendapatan petani selain dipengaruhi oleh besarnya produksi juga dipengaruhi oleh sistem pemasaran yang efisien, harga komoditas yang layak dan kemampuan manajemen usahatani. Sehubungan dengan hal tersebut maka dalam rangka meningkatkan pendapatan petani, perlu diimbangi dengan sistem pemasaran yang menguntungkan petani¹. Pada saat ini petambak berproduksi bukan hanya untuk dikonsumsi sendiri tapi juga untuk dijual kepada orang lain sehingga aktivitas pemasaran sangatlah penting.

Salah satu aspek pemasaran yang diteliti dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi penampilan pasar (*market performance*) pada pemasaran bandeng di kecamatan Samudera kabupaten Aceh Utara., penampilan pasar (*market performance*) merupakan salah satu aspek pemasaran yang penting dalam menilai seberapa baik aktivitas pemasaran memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan petambak maupun pedagang. *Market performance* juga bisa menunjukkan seberapa baik sebuah proses pemasaran berjalan²

Melalui analisis penampilan pasar dapat diketahui bagaimanakah margin pemasarannya, share harga yang diterima petambak, share biaya dan keuntungan antara lembaga pemasaran yang terlibat serta pengembalian modal antara lembaga pemasaran. Oleh sebab itu maka penelitian tentang penampilan pasar pada pemasaran ikan Bandeng di Kecamatan Samudera, Kabupaten Aceh Utara dirasa perlu untuk dilakukan agar dapat menunjukkan apakah proses pemasaran di daerah tersebut telah berjalan dengan baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan beberapa permasalahan pokok yang akan dibahas, yaitu:

1. Berapa besarnya margin pemasaran dan share harga yang diterima petambak
2. Berapa besarnya rasio share keuntungan dan biaya serta pengembalian modal pada berbagai tingkat lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran ikan Bandeng di daerah penelitian.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara pada sistem budidaya tradisional dan semi intensif. Pemilihan Lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Samudera Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Dipilihnya lokasi ini karena Kecamatan Samudera merupakan daerah penghasil bandeng (*Chanos chanos forskal*) terbesar nomor tiga di Kabupaten Aceh Utara Provinsi Aceh.

Metode Penentuan Sampel

Penentuan petambak responden dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*) di kecamatan Samudera dengan kriteria sampel yaitu petambak yang melakukan usaha budidaya Bandeng yang luas tambaknya minimal 0,5 Ha. Dari populasi petambak yang ada di kecamatan Samudera sebanyak 130 orang diambil sampel sebanyak 50 persen yaitu sejumlah 65 orang petambak. Menurut Parel *et al.* (1972) sebaiknya jumlah sampel tidak kurang dari 30 dan disesuaikan dengan kemampuan keuangan, keterbatasan tenaga dan waktu. Penentuan lembaga pemasaran dilakukan dengan cara *snow ball sampling* yaitu berdasarkan informasi dari petambak kepada siapa komoditas itu dijual.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari petambak dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat di dalam pemasaran ikan Bandeng. Data primer ini dikumpulkan melalui wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan untuk petambak dan lembaga pemasaran yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari data yang bersumber dari Dinas Perikanan Kabupaten Aceh Utara serta instansi lain yang terkait baik secara formal maupun informal.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan analisis *market performance* (penampilan pasar) untuk

ANALISIS TATANIAGA IKAN BANDENG

mengetahui share harga, margin pemasaran, share biaya, share keuntungan dan tingkat pengembalian atas modal antara lembaga pemasaran. Untuk menganalisis penampilan pasar ada beberapa pendekatan yang bisa digunakan yaitu dengan menghitung margin pemasaran, share harga, share biaya dan keuntungan serta tingkat pengembalian modal antara lembaga pemasaran. Beberapa alat analisis yang bisa digunakan untuk melihat penampilan pasar adalah:

a. Margin Pemasaran

$$Mp = Pr - Pf$$

Atau :

$$Mp = \sum_{i=1}^n Bpi + \sum_{i=1}^n Kpi$$

$$Bpi = \sum_{i=1}^n bij$$

$$Kpi = Pij - Pbi - \sum_{i=1}^n bij$$

Dimana :

Mp = Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga eceran pada konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga pada petani produsen (Rp/kg)

Bpi = Biaya lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

Kpi = Keuntungan pemasaran ke-i (Rp/kg)

Pij = Harga jual lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

Pbi = Harga beli lembaga pemasaran ke-i (Rp/kg)

bij = Biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-I dari berbagai jenis biaya mulai j=1 sampai j=n (Rp/kg)

b. Share Harga yang Diterima Petambak

$$SPf = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

SPf = Share harga di tingkat petambak

Pf = Harga di tingkat petambak

Pr = Harga di tingkat konsumen

c. Rasio Share Keuntungan dan Share Biaya Pemasaran

$$SKI = (Ki) / (Pr - Pf) \times 100\%$$

$$SBI = (Bi) / (Pr - Pf) \times 100\%$$

$$R(Ki/Bi) = SKi/SBi$$

Dimana :

SKI = Share keuntungan lembaga pemasaran ke-i

SBi = Share biaya pemasaran ke-i

R(Ki/Bi) = Rasio share keuntungan dan biaya pemasaran

C. HASIL dan PEMBAHASAN

Sistem Pemasaran

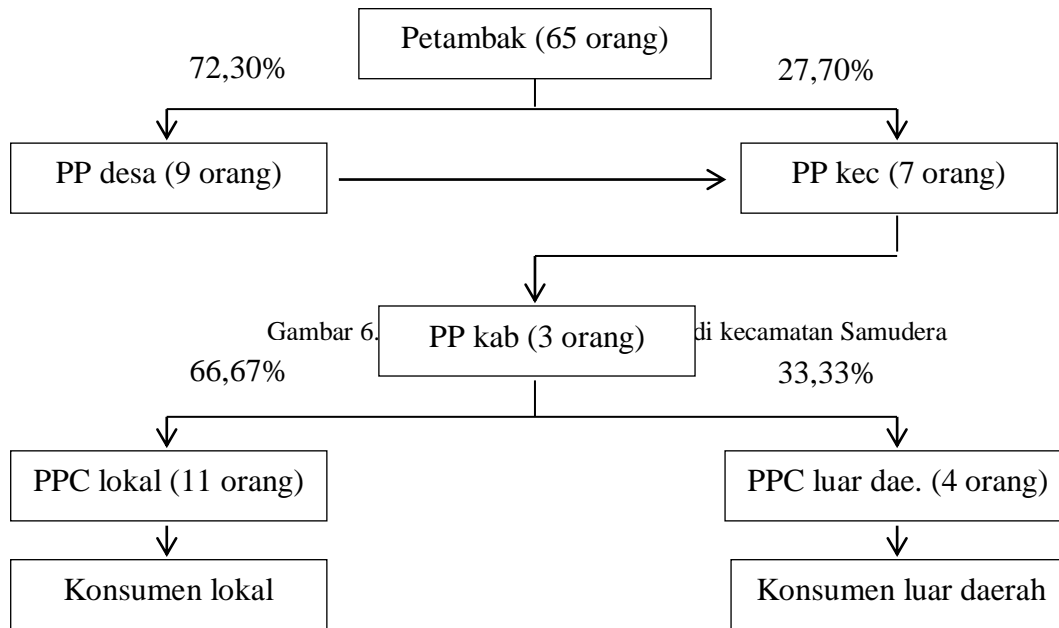
Sistem pemasaran bandeng di Kecamatan Samudera, Kabupaten Aceh Utara ini dilakukan dengan sistem satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg), dari seluruh petani responden dalam penelitian ini, semuanya menggunakan jasa lembaga pemasaran untuk menyalurkan bandeng hingga sampai ke tangan konsumen. Ada petani tambak yang memasarkan bandengnya melalui pedagang pengumpul desa dan juga yang langsung menjualnya ke pedagang pengumpul kecamatan kemudian pedagang pengumpul kecamatan yang menyalurkannya ke pedagang pengumpul kabupaten. Tidak ada petani tambak yang menjual hasil panennya langsung pada konsumen, petani tambak lebih memilih menggunakan lembaga pemasaran untuk memasarkan hasil panennya.

Adanya beberapa saluran pemasaran ini menyebabkan biaya pemasaran yang bervariasi dan keuntungan yang bervariasi pula. Biaya pemasaran yang dikeluarkan tiap lembaga pemasaran besarnya bervariasi tergantung dari fungsi dan jasa pemasaran yang dilakukannya demikian juga dengan tingkat keuntungan.

Saluran Pemasaran

Ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bandeng dari pantai tambak di Kecamatan Samudera hingga ke tangan konsumen. Lembaga pemasaran tersebut adalah pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang pengumpul kabupaten dan pedagang pengecer lokal maupun luar daerah. Pada umumnya pedagang pengumpul ini sudah mempunyai langganan. Mereka datang ke tambak bandeng pada saat musim panen tiba. Mereka datang ke tambak pada sore hari antara pukul 15.00 sampai 17.00 WIB. kemudian hasil panen bandeng langsung ditimbang dan diangkat dan diangkut dengan alat transportasi (*pick up* atau *truck*) yang dibawa oleh pedagang pengumpul.

Untuk melihat lebih jelasnya saluran pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bandeng di kecamatan Samudera dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 6. Petambak di kecamatan Samudera

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa pemasaran bandeng di kecamatan Samudera mempunyai 4 (empat) saluran pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Saluran I

Petani tambak – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pedagang pengecer lokal.

2. Saluran II

Petani tambak – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pedagang pengecer luar daerah.

3. Saluran III

Petani tambak – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pedagang pengecer lokal.

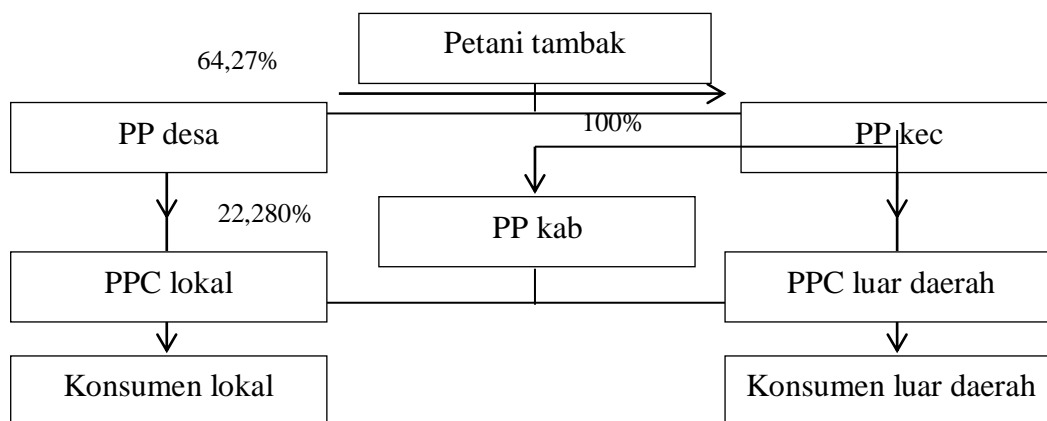
4. Saluran IV

Petani tambak – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pedagang pengecer luar daerah.

Dari data hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa 65 orang petani tambak responden, 47 orang (72,30%) menjual hasil panen bandengnya ke

pedagang pengumpul desa dan 18 orang sisanya (27,70%) menjual langsung ke pedagang pengumpul kecamatan. Pedagang pengumpul kecamatan seluruhnya ada 7 orang menjual bandengnya ke pedagang pengumpul kabupaten. Kemudian 3 orang (66,67%) pedagang pengumpul kabupaten menjualnya ke pedagang pengecer lokal dan 1 orang (33,37%) menjualnya ke pedagang pengecer luar daerah.

Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan share harga yang diterima petani tambak akan semakin kecil. Hal ini dipengaruhi oleh biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat sebagai akibat aktivitas pemasaran yang dilakukannya. Harga bandeng pada sata penelitian di tingkat petani tambak adalah Rp. 16.000 per kg,-. Harga tersebut sama karena penelitian dilakukan pada satu kecamatan. Harga pada tingkat konsumen lokal berada pada kisaran Rp 20.500,- sampai Rp 21.500,- per kilogram. Sedangkan pada tingkat konsumen luar daerah harganya Rp 21.000,- sampai dengan Rp 22.000,- per kilogram.



Gambar 7. Presentase produksi bandeng yang disalurkan pada tiap-tiap saluran pemasaran.

ANALISIS TATANIAGA IKAN BANDENG

Dari data hasil penelitian, produksi bandeng yang dihasilkan oleh petani tambak yang berjumlah 65 orang adalah sebanyak 39.000 kg (100%). Dari jumlah tersebut yang dibeli oleh pedagang pengumpul desa sebanyak 28.197 kg (64,27%) dan yang dibeli pedagang pengumpul kecamatan 13934,7 kg (35,73%). Kemudian dari pedagang pengumpul desa semuanya (100%) dijual ke pedagang pengumpul kecamatan kemudian pedagang pengumpul kecamatan menjual semuanya (100%) ke pedagang pengumpul kabupaten. Selanjutnya pedagang pengumpul kabupaten menjual sebanyak 8689,2 kg (22,28%) ke pedagang pengecer lokal dan menjual ke pedagang pengecer luar daerah sebanyak 30310,8 kg (77,72%).

Bandeng dari kecamatan Samudera ini ternyata lebih banyak dijual ke luar daerah. Hal ini terjadi karena konsumsi ikan bandeng di Kabupaten Aceh Utara relatif masih rendah selain itu harga ikan ini jika dijual ke luar daerah lebih tinggi dan sarana serta prasarana transportasi ke luar daerah sudah bagus, sehingga pengumpul kabupaten lebih memilih menjualnya ke pengecer luar daerah.

4.6.1. Analisis Penampilan Pasar

Dalam penelitian ini untuk mengetahui penampilan pasar dalam pemasaran bandeng analisis penampilan pasar dengan menghitung margin pemasaran, share harga, share biaya dan share keuntungan dari tiap-tiap lembaga pemasaran.

a. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen, dengan kata lain margin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas pemasaran yang dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlihat dalam proses pemasaran.

Pada tabel 8 berikut dapat dilihat hasil analisa margin, distribusi margin, share harga yang diterima petani serta rasio keuntungan dan biaya dalam pemasaran ikan bandeng.

Tabel 8. Margin pemasaran, Distribusi Margin, Share Harga yang diterima petani tambak, serta Rasio Keuntungan dan biaya pada Saluran I dalam Pemasaran Bandeng di Kecamatan Samudra Kabupaten Aceh Utara tahun 2013.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Biaya dan Harga (Rp/kg)	Distribusi margin (%)	Share harga (%)	Rasio (K/B)
I	<u>Petani tambak</u>				
	Biaya usaha tani	14750		74,42	0,08
	Harga jual	16000			
	Keuntungan	1250			
	<u>PP desa</u>				
	Biaya pemasaran	720	13,09		1,08
	Harga beli	16000			
	Harga jual	17500			
	Keuntungan	780	14,18		
	<u>PP kec</u>				
	Biaya pemasaran	640	11,64		1,34
	Harga beli	17500			
	Harga jual	19000			
	Keuntungan	860	14,64		
	<u>PP kab</u>				
	Biaya pemasaran	250	4,55		3,00
	Harga beli	19000			
	Harga jual	20000			
	Keuntungan	750	13,64		
	<u>PPC lokal</u>				
Biaya pemasaran	150	2,73		5,67	
Harga beli	20500				
Harga jual	21500				
Keuntungan	850	15,54			
Margin	5500				

Dari tabel 7 dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran yang pertama, margin pemasarannya sebesar Rp 5500,-. Dari besarnya margin tersebut didistribusikan untuk pedagang pengumpul desa pada biaya sebesar 13,09 persen dan keuntungannya sebesar 14,18 persen. Sedangkan untuk pedagang pengumpul kecamatan, pada biaya sebesar 11,64 persen dan keuntungannya 14,64 persen. Untuk pedagang pengumpul kabupaten, pada biaya sebesar 4,55 persen dan keuntungannya 13,64 persen. Kemudian untuk pedagang pengecer lokal pada biaya sebesar 2,73 persen dan keuntungannya 15,54 persen. Dengan demikian dapat diketahui bahwa biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh pedagang

pengumpul desa karena mereka harus mengambil langsung bandeng dari tambak yang letaknya tersebar sehingga biaya transportasinya menjadi lebih besar. Selain itu sortasi bandeng juga dilakukan oleh pedagang pengumpul desa. Walaupun nampaknya keuntungan terbesar diperoleh oleh pedagang pengumpul kecamatan namun jika terlihat dari rasio keuntungan dan biaya, maka nilai rasio terbesar diperoleh oleh pedagang pengecer lokal karena biaya pemasaran yang dikeluarkannya paling kecil.

Pada saluran kedua, margin pemasaran, share harga, share biaya dan keuntungan dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Margin pemasaran, Distribusi Margin, Share Harga yang diterima petani tambak, serta Rasio Keuntungan dan biaya pada Saluran II dalam Pemasaran Bandeng di Kecamatan Samudra Kabupaten Aceh Utara tahun 2013.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Biaya dan Harga (Rp/kg)	Distribusi margin (%)	Share harga (%)	Rasio (K/B)
II	<u>Petambak</u>				
	Biaya usaha tani	14750		72,73	0,18
	Harga jual	16000			
	Keuntungan	1250			
	<u>PP desa</u>				
	Biaya pemasaran	720	12,00		1,08
	Harga beli	16000			
	Harga jual	17500			
	Keuntungan	780	13,00		
	<u>PP kec</u>				
	Biaya pemasaran	640	10,67		1,34
	Harga beli	17500			
	Harga jual	19000			
	Keuntungan	860	14,33		
	<u>PP kab</u>				
	Biaya pemasaran	250	4,92		5,67
Harga beli	19000				
Harga jual	20000				
Keuntungan	750	21,25			
<u>PPC luar daerah</u>					
Biaya pemasaran	120	2,00		11,50	
Harga beli	20500				
Harga jual	22000				
Keuntungan	1380	23,00			
Margin		6000			

Dari tabel 8 dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran yang kedua, margin pemasarannya sebesar Rp 6.000,-. Dari besarnya margin tersebut didistribusikan untuk pedagang pengumpul desa pada biaya sebesar 12,00 persen dan keuntungannya sebesar 13,00 persen. Sedangkan untuk pedagang pengumpul kecamatan, pada biaya sebesar 10,67 persen dan

keuntungannya 14,33 persen. Untuk pedagang pengumpul kabupaten, pada biaya sebesar 4,92 persen dan keuntungannya 21,25 persen. Kemudian untuk pedagang pengecer lokal pada biaya sebesar 2,00 persen dan keuntungannya 23,00 persen. Dengan demikian dapat diketahui bahwa biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa karena mereka harus mengambil

ANALISIS TATANIAGA IKAN BANDENG

langsung bandeng dari tambak yang letaknya tersebar sehingga biaya transportasinya menjadi lebih besar. Selain itu sortasi bandeng juga dilakukan oleh pedagang pengumpul desa. Sedangkan keuntungan terbesar diperoleh oleh

pedagang pengecer luar daerah karena tidak banyak aktivitas pemasaran yang dilakukannya.

Untuk saluran ketiga margin pemasaran, share harga, share biaya dan keuntungan dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Margin pemasaran, Distribusi Margin, Share Harga yang diterima petani tambak, serta Rasio Keuntungan dan biaya pada Saluran III dalam Pemasaran Bandeng di Kecamatan Samudra Kabupaten Aceh Utara tahun 2013.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Biaya dan Harga (Rp/kg)	Distribusi margin (%)	Share harga (%)	Rasio (K/B)
	<u>Petambak</u>				
	Biaya usaha tani	14750		78,05	0,18
	Harga jual	16000			
	Keuntungan	980			
	<u>PP kec</u>				
	Biaya pemasaran	640	14,22		1,34
	Harga beli	16000			
	Harga jual	17500			
	Keuntungan	860	19,11		
III	<u>PP kab</u>				
	Biaya pemasaran	250	5,56		5,00
	Harga beli	17500			
	Harga jual	19000			
	Keuntungan	1250	27,78		
	<u>PPC lokal</u>				
	Biaya pemasaran	150	3,33		9,00
	Harga beli	19000			
	Harga jual	20500			
	Keuntungan	1350	30,00		
Marjin	4500				

Dari tabel 9 dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran yang ketiga, margin pemasarannya sebesar Rp 4.500,-. Dari besarnya margin tersebut didistribusikan untuk pedagang pengumpul kecamatan, pada biaya sebesar 14,22 persen dan keuntungannya 19,11 persen. Untuk pedagang pengumpul kabupaten, pada biaya sebesar 5,56 persen dan keuntungannya 27,78 persen. Kemudian untuk pedagang pengecer lokal pada biaya sebesar 3,33 persen dan keuntungannya 30,00 persen. Dengan demikian dapat diketahui

bahwa biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kecamatan karena mereka harus mengambil langsung bandeng dari tambak yang letaknya tersebar sehingga biaya transportasinya menjadi lebih besar. Selain itu sortasi bandeng juga dilakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan. Sedangkan keuntungan terbesar diperoleh oleh pedagang pengecer.

Untuk saluran ketiga margin pemasaran, share harga, share biaya dan keuntungan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Marjin pemasaran, Distribusi Marjin, Share Harga yang diterima petani tambak, serta Rasio KEuntungan dan biaya pada Saluran IV dalam Pemasaran Bandeng di Kecamatan Samudra Kabupaten Aceh Utara tahun 2013.

Saluran	Lembaga Pemasaran	Biaya dan Harga (Rp/kg)	Distribusi marjin (%)	Share harga (%)	Rasio (K/B)
	<u>Petambak</u>				
	Biaya usaha tani	14750		76,19	0,08
	Harga jual	16000			
	Keuntungan	1250			
	<u>PP kec</u>				
	Biaya pemasaran	640	12,80		1,34
	Harga beli	16000			
	Harga jual	17500			
	Keuntungan	860	17,20		
IV	<u>PP kab</u>				
	Biaya pemasaran	225	4,50		5,67
	Harga beli	17500			
	Harga jual	19000			
	Keuntungan	1275	25,50		
	<u>PPC luar daerah</u>				
	Biaya pemasaran	120	2,40		15,67
	Harga beli	19000			
	Harga jual	21000			
	Keuntungan	1880	37,60		
Marjin	5000				

Dari tabel 10 dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran yang pertama, marjin pemasarannya sebesar Rp 5.000,-. Dari besarnya marjin tersebut didistribusikan untuk pedagang pengumpul kecamatan pada biaya sebesar 12,80 persen dan keuntungannya 17,20 persen. Untuk pedagang pengumpul kabupaten, pada biaya sebesar 4,50 persen dan keuntungannya 25,50 persen. Kemudian untuk pedagang pengecer luar daerah pada biaya sebesar 2,40 persen dan keuntungannya 37,60 persen. Dengan demikian dapat diketahui bahwa biaya pemasaran terbesar

dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kecamatan karena mereka harus mengambil langsung bandeng dari tambak yang letaknya tersebar sehingga biaya transportasinya menjadi lebih besar. Selain itu sortasi bandeng juga dilakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan. Sedangkan keuntungan terbesar diperoleh oleh pedagang pengecer luar daerah.

Untuk mengetahui perbandingan besarnya marjin pemasaran dari keempat saluran pemasaran yang ada maka dapat dilihat dari Tabel 12.

Tabel 12. Perbandingan Marjin Pemasaran dari Empat Saluran Pemasaran Bandeng di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara.

Saluran pemasaran	Marjin (Rp/kg)	Presentase (%)
I	5500	26,19
II	6000	28,57
III	4500	21,43
IV	5000	23,81
Total	21000	100
Rata-rata	5250	25

Dari Tabel 11 diatas dapat diketahui bahwa marjin pemasaran dari keempat saluran pemasaran di Kecamatan Samudera distribusinya

tidak merata. Marjin terbesar terdapat pada saluran pemasaran kedua yaitu sebesar 28,5. Hal ini terjadi karena saluran tersebut lebih panjang dan

ANALISIS TATANIAGA IKAN BANDENG

pemasaran produknya keluar daerah sehingga memerlukan biaya transportasi yang lebih besar.

b. Share Harga yang diterima petani tambak

Jika dilihat dari keempat saluran pemasaran yang ada, maka share harga yang diterima oleh petambak besarnya bervariasi. Bila saluran pemasaran yang dilalui relatif panjang,

maka akan memperbesar margin pemasaran sehingga share harga yang diterima petani tambak dari harga yang dibayarkan konsumen akan menjadi semakin kecil. Untuk melihat lebih jelas perbandingan share harga dari keempat saluran dapat dilihat pada tabel 13 dibawah ini.

Tabel 13. Perbandingan Share Harga dari Empat Saluran Pemasaran Bandeng di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara.

Saluran pemasaran	Share Harga (%)	Presentase (%)
I	74,72	24,77
II	72,73	24,11
III	78,05	25,87
IV	76,19	25,25
Total	301,69	100
Rata-rata	75,42	25

Dengan melihat Tabel 13 dapat diketahui bahwa share harga terbesar yang diterima petambak terdapat pada saluran ketiga, kemudian saluran keempat, kesatu dan yang paling rendah pada saluran kedua. Hal ini terjadi karena saluran pemasarannya panjang dan produknya dipasarkan keluar daerah sehingga biaya transportasi yang dikeluarkan menjadi lebih besar.

Share harga yang diterima petani tambak sesungguhnya merupakan biaya produksi dan keuntungan. Bagian keuntungan ini dapat ditafsirkan sebagai sumbangan pendapatan bagi kesejahteraan keluarga petani tambak. Melihat kondisi ini dapat dikatakan bahwa share harga yang

diterima petani tambak masih relatif kecil, dengan semakin besarnya margin ternyata membuktikan bahwa share harga yang diterima petani tambak semakin kecil. Pada saluran I dan II, share harga dibawah rata-rata walaupun saluran I lebih besar dari saluran II. Hal ini membuktikan bahwa semakin kecil margin pemasaran maka share harga yang diterima petambak akan semakin besar.

c. Rasio Keuntungan dan Biaya

Untuk mengetahui besarnya rasio keuntungan dan biaya pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 14 dibawah ini.

Tabel 14. Rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing tingkat pasar di berbagai Saluran Pemasaran Bandeng di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara.

Saluran pemasaran	Tingkat Pasar					
	Petambak	PP desa	PP kec	PP kab	PPC lokal	PPC luar daerah
I	0,18	1,08	1,08	3,00	5,67	-
II	0,18	1,08	1,34	5,67	-	11,50
III	0,18	-	1,34	5,00	9,00	-
IV	0,18	-	1,34	5,67	-	15,67

Pada tabel diatas dapat dilihat besarnya rasio keuntungan dan biaya yang cukup bervariasi pada masing-masing tingkat pasar di berbagai saluran pemasaran bandeng. Rasio keuntungan dan biaya yang ada di tingkat petambak adalah 0,18 dan ini sama pada semua saluran. Hal ini disebabkan karena penelitian ini hanya dilakukan pada satu kecamatan sehingga harga jual bandeng di tingkat petambak relatif sama. Rasio keuntungan dan biaya yang diperoleh petani adalah sebesar 0,18 artinya setiap pengeluaran biaya sebesar satu satuan maka akan diperoleh keuntungan sebesar 0,18 satuan. Pada tingkat pedagang pengumpul desa rasio keuntungan dan biayanya sama yaitu sebesar 1,08. Hal ini disebabkan karena pada saluran pertama dan kedua

pedagang pengumpul desa langsung mengambil bandeng dari petambak sehingga biaya dan keuntungan yang diperoleh relatif sama. Pada penambahan biaya sebesar satu satuan maka pedagang pengumpul desa akan mendapatkan tambahan keuntungan sebesar 1,08 di tingkat pedagang 1,08 artinya setiap penambahan biaya sebesar 1 satuan akan menjadi penambahan keuntungan saluran sebesar 1,08 satuan dan pada satu, pedagang pengumpul kecamatan mengambil bandeng dari pedagang pengumpul desa. Pada saluran kedua, ketiga dan keempat besarnya rasio keuntungan dan biaya sama yaitu 1,34. Hal ini terjadi karena pedagang pengumpul kecamatan mengambil bandeng langsung dari petambak. Rasio

sebesar 1,34 artinya dengan menambah biaya sebesar satu satuan maka akan diperoleh tambahan keuntungan sebesar 1,34. Di tingkat pedagang pengumpul kabupaten, rasio terbesar terdapat pada saluran kedua dan keempat yaitu 5,67 kemudian diikuti pedagang pengumpul kabupaten pada saluran ketiga, dan terakhir yang pertama. Hal ini terjadi karena pedagang pengumpul kabupaten pada saluran kedua dan keempat biaya pemasarannya kecil hanya mengeluarkan biaya transportasi sehingga keuntungan meningkat yang menyebabkan rasio keuntungan terhadap biaya juga meningkat.

Demikian pula pada tingkat pedagang pengecer lokal, saluran ketiga lebih besar dari saluran pertama karena biaya transportasi yang dikeluarkannya lebih kecil. Pada tingkat pedagang pengecer luar daerah saluran keempat paling besar rasionya karena pada tingkat ini tidak banyak aktivitas pemasaran yang dilakukan dan tidak ada biaya transportasi. Karena pedagang pengumpul kabupatenlah yang mendatangi pedagang pengecer luar daerah di pasar ikan yang ada di luar daerah dan pedagang pengecer luar daerah ini langsung menjual bandengnya ke konsumen dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan di tingkat lokal.

Dari semua saluran tersebut, dapat diketahui bahwa sistem pemasaran bandeng di kecamatan Samudera belum baik karena belum mampu menyampaikan hasil dari petani tambak produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah dan belum mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen terakhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran tersebut

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka diambil beberapa kesimpulan tentang tataniaga pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara yaitu:

1. Marjin pemasaran pada tiap saluran pemasaran yang ada besarnya bervariasi dan distribusinya tidak merata. Menurut analisis tataniaga, maka diketahui bahwa marjin pemasaran pada semua saluran pemasaran besarnya bervariasi. Pada saluran pertama marjinnnya sebesar Rp. 5500,-, saluran kedua Rp. 6000,-, saluran ketiga Rp 4500,- dan saluran keempat Rp 5000,-. Share harga yang diterima petambak pada saluran pertama adalah 74,72%, saluran kedua 72,73%, saluran ketiga 78,05% dan pada saluran keempat 76,19%.
2. Rasio keuntungan dan biaya besarnya juga bervariasi. Pada saluran pertama: rasio (K/B) untuk petambak adalah 0,18,

pedagang pengumpul desa 1,08, pedagang pengumpul kecamatan 1,08, pedagang pengumpul kabupaten 3,00 dan pedagang pengecer lokal 5,67. Pada saluran kedua: rasio (K/B) untuk petambak 0,18, pedagang pengumpul desa 1,08, pedagang pengumpul kecamatan 1,34, pedagang pengumpul kabupaten 5,67 dan pedagang pengecer luar daerah 11,50. Pada saluran ketiga: rasio (K/B) untuk petambak 0,18, pedagang pengumpul kecamatan 1,34, pedagang pengumpul kabupaten 5,00 dan pedagang pengecer lokal 9,00.

Pada saluran keempat: rasio (K/B) untuk petambak 0,18, pedagang pengumpul kecamatan 1,34, pedagang pengumpul kabupaten 5,67, pedagang pengecer luar daerah 15,67.

Dengan demikian berdasarkan hasil analisis tataniaga pemasaran ikan Bandeng, maka dapat dikatakan bahwa proses pemasaran bandeng di kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara belum berjalan dengan baik dan belum efisien. Petani tambak masih menerima harga yang sama pada semua saluran pemasaran sehingga pendapatan petambak relatif masih rendah.

Saran

Beberapa saran yang penulis harapkan bisa bermanfaat untuk perbaikan pemasaran banding di daerah penelitian adalah:

1. Untuk memperkecil marjin pemasaran serta agar share harga yang diterima petani tambak meningkat maka perlu diupayakan saluran pemasaran yang lebih pendek.
2. Perlu dilakukan kerjasama berbagai pihak baik pemerintah, petani tambak serta pedagang, agar sistem pemasaran bandeng di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara lebih efisien sehingga pendapatan petani tambak bisa meningkat.

Daftar Pustaka

- Mosher A.T. 1978. Menggerakkan dan Membangun Pertanian. Yasaguna, Jakarta.
- Anindita, Ratya. 2003. Dasar-dasar Pemasaran Hasil Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Kensuratih. 2015. Ilmu Usaha Tani. Penebaruan Suadaya. Jakarta.
- Sofyan, Assauri. 1987. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sugiono. 2013. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.