



**ANALISIS DAYA SAING DAN SALURAN PEMASARAN IKAN KEMBUNG (*RASTRELLIGER SP.*)
DI KABUPATEN DEMAK, JAWA TENGAH**

*Analysis of Competitiveness and Marketing Channels Ikan Kembung (Rastrelliger sp.) in
Demak Regency, Central Java Effect*

Wahyu Novia P, Abdul Kohar Mudzakir*), Trisnani Dwi Hapsari

Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Jurusan Perikanan
Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof Soedarto, SH. Tembalang, Semarang, Jawa Tengah -50275, Telp/Fax. 0247474698
(email : wahyunovia189@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan komparatif dan kompetitif makarel dan menganalisis margin dan efisiensi rantai pemasaran ikan kembung (*Rastrelliger sp.*). Metode penelitian menggunakan metode deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis daya saing menggunakan Matriks Analisis Kebijakan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Jumlah responden yang diperoleh di TPI Morodemak terdiri dari 39 nelayan mini *purse seine*, sedangkan responden di TPI Wedung terdiri dari 7 nelayan cantrang. Penentuan jumlah responden jumlah kapal dilakukan dengan cara *snowball sampling*. Jumlah responden pada pedagang di TPI Morodemak terdiri dari 9 pedagang, 11 pedagang menengah, dan 12 pedagang kecil. Sedangkan jumlah pedagang di TPI Wedung terdiri dari 2 pedagang besar, 3 pedagang sedang dan 3 pedagang kecil. Penentuan responden pada pedagang ini dilakukan dengan *stratified random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing keunggulan kompetitif ikan kembung (*Rastrelliger sp.*) yang terlihat dari nilai DRC di TPI Morodemak dan TPI Wedung adalah 0,30 dan 0,13 sedangkan untuk nilai komparatif nilai PCR TPI Morodemak dan TPI Wedung adalah 0,65 dan 0,44. Berdasarkan pengamatan diketahui bahwa nilai margin tertinggi adalah pedagang besar yaitu Rp. 8.000, sedangkan nilai margin terkecil adalah pedagang kecil yaitu Rp.3.000.

Kata Kunci : (*Rastrelliger sp.*), PAM, Daya Saing, Margin Pemasaran.

ABSTRACT

According to PPP Morodemak the most dominant catch of one of them is bloated (*Rastrelliger sp.*), in 2015 the production of bloated fish is 6,730.00 kg. Bloated fish is a small pelagic fish that spread much in the Java sea. This study aims to analyze the comparative and competitive advantages of mackerel and analyze the margin and efficiency of the marketing chain of mackerel (*Rastrelliger sp.*). This research method using descriptive method. Data collection methods used are observation, interview, literature study, and documentation while the methods used to analyze competitiveness using Policy Analysis Matrix, marketing margin and marketing efficiency. The number of respondents obtained in TPI Morodemak consists of 39 fisherman mini *purse seine*, while the respondents in TPI Wedung consist of 7 fisherman cantrang. Determination of the number of respondents on the number of ships is done by way of *snowball sampling*. The number of respondents on traders in TPI Morodemak consists of 9 traders, 11 medium traders, and 12 small traders. While the number of traders in TPI Wedung consists of 2 big traders, 3 traders are medium and 3 small traders. Determination of respondents on this merchant is done by *stratified random sampling*. The results showed that seen from the competitiveness of bloated fish (*Rastrelliger sp.*) competitive advantage seen from the value of DRC in Morodemak TPI and TPI Wedung is 0.30 and 0.13 while for comparative value seen from PCR value of TPI Morodemak and TPI Wedung is 0.65 and 0.44. Based on the observation is known that the highest marketing margin value is big trader that is Rp. 8.000, while the smallest margin value is small trader that is Rp.3.000.

Keywords: (*Rastrelliger sp.*), PAM, Competitiveness, Marketing Margin.



LATAR BELAKANG

Kabupaten Demak memiliki daerah geografis yang perpaduan antara agraris dan pesisir, memiliki pantai 34,1 Km yang merupakan potensi kelautan dan perikanan yang cukup besar mencakup perikanan laut dan perikanan darat. Daerah perikanan laut terbesar di 4 (empat) Kecamatan yaitu Sayung, Karangtengah, Bonang dan Wedung. Sepanjang pantai utara di Kabupaten Demak terdapat pemukiman nelayan yang menggantungkan pada laut sebagai mata pencahariannya. Jumlah nelayan di Kabupaten Demak pada tahun 2013 tercatat sebanyak 11.815 orang sedangkan petani ikan sebanyak 7.135 orang. Jumlah armada perikanan pada tahun 2005 berupa kapal tempel sebanyak 3,538 buah dan perahu sebanyak 520 buah (Herwindya,2014).

Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) merupakan salah satu ikan pelagis kecil yang banyak terdapat di Laut Jawa. Ikan kembung komoditas yang paling banyak produksinya di Kabupaten Demak, sehingga perlu diketahui analisis daya saing dan saluran pemasaran. Dalam upaya peningkatkan efisiensi usaha dan pemasaran ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*), daya saing dan pemasarannya merupakan hal yang sangat penting. Pemahaman mendalam tentang hal tersebut adalah sangat diperlukan, dan karena itu perlu dilakukan penelitian terhadap daya saing dan saluran pemasaran terkait margin dan efisiensi pemasaran ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*).

Sektor perikanan tangkap di Kabupaten Demak dapat berperan dan berpotensi sebagai penggerak utama perekonomian daerah. Akan tetapi, sampai saat ini peran dan potensi tersebut belum teroptimalkan dengan baik. Keunggulan komparatif sektor perikanan tangkap yang dimiliki oleh Kabupaten Demak belum mampu ditransformasikan menjadi keunggulan kompetitif. Hal tersebut mengakibatkan rendahnya kinerja ekonomi berbasis sektor perikanan tangkap di Kabupaten Demak, oleh karena itu perlu adanya penelitian tentang daya saing dan saluran pemasaran ikan Kembung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis daya saing komoditas Ikan kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Demak; dan menganalisis margin dan efisiensi pemasaran komoditas ikan kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Demak. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2017 di Kabupaten Demak, Jawa Tengah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bersifat survei. Menurut Sugiyono (2011), metode deskriptif yaitu prosedur pemecahan masalah pada metode ini adalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta seadanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi secara langsung dan wawancara kepada nelayan *Mini Purse Seine*, nelayan cantrang dan bakul ikan Kembung. Data yang diperoleh berupa pendapatan setiap nelayan dan bakul ikan, kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan Analisis PAM untuk analisis daya saing dan margin pemasaran untuk analisis Pemasaran Ikan Kembung.

Menurut Monke and Pearson dalam Mahatama dan Miftah (2013), penelitian ini terdiri dari, yakni analisis daya saing dengan menggunakan *Policy Analysis Matrix* (PAM). Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data penelitian ini antara lain, pertama adalah penentuan input berupa biaya-biaya yang digunakan dalam melakukan usaha ikan Kembung, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Langkah kedua adalah pengidentifikasian input kedalam komponen input *tradable* dan *non tradable*.

Aspek pemasaran menganalisis tentang pendapatan usaha penangkapan dengan menggunakan alat tangkap *Mini Purse Seine* dan cantrang. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan *Microsoft Excel*. Perhitungan yang digunakan antara lain keuntungan/pendapatan bersih, R/C ratio, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan *fishermans share*.

Analisis pendapatan

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = pendapatan

TR = total penerimaan (total revenue)

TC = total biaya (total cost)

Analisis R/C

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan

A= R/C ratio

TR = Total penerimaan (*revenue*)

TC = Total biaya (*cost*)

Kriteria keputusan:

$R/C > 1$, usaha tersebut menguntungkan, $R/C < 1$, usaha tersebut rugi, $R/C = 1$, usaha tersebut impas (tambahan penerimaan sama dengan tambahan biaya).

Margin Pemasaran

Menurut Hapsari (2013), karena dalam margin pemasaran terdapat dua komponen, yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan lembaga pemasaran, maka efisiensi pemasaran dihitung dengan rumus:

$$M_{ji} = P_s - P_b$$

Keterangan:

P_s = harga jual

P_b = harga beli

Fisherman's Share

Fisherman's share mempunyai hubungan negatif dengan margin pemasaran sehingga semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang akan diperoleh nelayan semakin rendah. Semakin tinggi *Fisherman's share* berfungsi untuk mengukur seberapa besar bagian yang diterima oleh nelayan ketika melakukan pemasaran komoditi perikanan. Secara matematis *fisherman share* dirumuskan sebagai berikut:

$$FS = \frac{H_p}{H_k} \times 100\%$$

Keterangan:

F_s = *Fisherman's share*

H_p = Harga yang diterima nelayan

H_k = Harga ditingkat konsumen akhir

Efisiensi pemasaran

Menurut Hapsari (2013), untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat digunakan rumus:

$$E_{ps} = \frac{B_p}{H_E} \times 100\%$$

Keterangan:

E_{ps} : Efisiensi Pemasaran

B_p : Biaya Pemasaran

H_E : Harga Eceran

Kriteriaian :

$E_{ps} < 5\%$ Efisien

$E_{ps} > 5\%$ Tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Daya saing

Hasil empiris dari penelitian ini mengukur daya saing apakah pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) memiliki keunggulan komperatif dan kompetitif dengan fokus penelitian, yaitu Usaha pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Demak dengan pengambilan tempat sampel di TPI Morodemak dan TPI Wedung. Alat analisis yang digunakan adalah *Policy Analysis Matrix* (PAM) berdasarkan data penerimaan dan biaya produksi dalam dua bagian yaitu harga finansial (privat) dan harga ekonomi (sosial). Perhitungan dan uraian finansial dan sosial. Hasil *Policy Analysis Matrix* (PAM) untuk usaha ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*), secara keseluruhan analisis privat dan sosial di TPI Morodemak dan TPI Wedung menguntungkan. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan analisis privat lebih besar dari pada 0 (Nol) (lebih dari pada tingkat pengembalian normal dan dapat meningkatkan investasi diwaktu yang akan datang) dapat dilihat pada table 1 dan 2.

a. TPI Morodemak

Tabel 1. PAM untuk Sistem Usaha ikan Kembang (*Rastrelliger sp.*) di TPI Morodemak

Uraian	Penerimaan	Biaya Input		Keuntungan
		Domestik		
		Tenaga Kerja	Modal	
Privat	32.203.959	158.750	20.986.111	11.059.098
Sosial	72.897.508	503.341	21.741.147	50.653.020
Divergensi	-40.693.549	-344.591	-755.036	-39.593.922
Rasio Biaya Privat(PCR)				0,65
Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (DRC)				0,30
Transfer Faktor (TF) (Tenaga Kerja)				-344.591
Transfer Faktor (TF) (Modal)				-755.036
Transfer Output (TO)				-40.693.549
Koefisien Proteksi Output Nominal (NPCO)				0,315392547
Koefisien Proteksi Efektif (EPC)				0,44
Transfer Bersih (TB)				-39.593.922
Koefisien Keuntungan (PC)				0,21
Nilai Rasio Subsidi Bagi Produsen (SRP)				-1,841
Koefisien Proteksi Input Nominal (NPCI)				0,31

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017.

b. TPI Wedung

Tabel 2. PAM untuk Sistem Usaha ikan Kembang (*Rastrelliger sp.*) di TPI Wedung

Uraian	Penerimaan	Biaya Input		Keuntungan
		Domestik		
		Tenaga Kerja	Modal	
Privat	21.801.667	250.000	9.500.000	12.051.667
Sosial	72.184.000	267.975	89.804.000	62.112.025
Divergensi	-50.382.333	-17.975	-304.000	-50.060.358
Rasio Biaya Privat(PCR)				0,64427796
Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (DRC)				0,677279013
Transfer Faktor (TF) (Tenaga Kerja)				-88051,401
Transfer Faktor (TF) (Modal)				-95173,2
Transfer Output (TO)				8929707
Koefisien Proteksi Output Nominal (NPCO)				1,049212008
Koefisien Proteksi Efektif (EPC)				1,050396219
Transfer Bersih (TB)				9112931,601
Koefisien Keuntungan (PC)				1,157808452
Nilai Rasio Subsidi Bagi Produsen (SRP)				0,050221767
Koefisien Proteksi Input Nominal (NPCI)				0,965012079

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Tabel 1 dan tabel 2 memperlihatkan hasil *Policy Analysis Matrix* (PAM) untuk usaha ikan Kembang (*Rastrelliger sp.*), secara keseluruhan analisis privat dan sosial di TPI Morodemak dan TPI Wedung menguntungkan. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan analisis privat lebih besar dari pada 0 (Nol) (lebih dari pada tingkat pengembalian normal dan dapat meningkatkan investasi di waktu yang akan datang). Pada ke-

dua TPI tersebut (TPI Morodemak dan Wedung), juga menguntungkan secara ekonomi karena keuntungan pada harga sosial lebih dari (nol), penerimaan dan keuntungan sosialnya bernilai positif.

Analisis Keunggulan Kompetitif

Tabel 3. Keuntungan Privat (KP) dan Rasio Biaya Privat (PCR) Komoditas Kembung di Kabupaten Demak

No	Uraian	Keuntungan Privat (Rp)	PCR
1.	TPI Morodemak	32.203.959	0,65
2.	TPI Wedung	21.801.667	0,44

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Keuntungan privat maupun keuntungan sosial yang bernilai positif di kedua TPI, TPI Morodemak dan TPI Wedung menunjukkan bahwa pedagang yang menjalankan usaha dagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp*) memperoleh keuntungan karena nilai keuntungan privat maupun sosial bernilai diatas nol. Keunggulan kompetitif juga dapat dilihat dari nilai Rasio Biaya Privat (PCR) yang merupakan indikator bagaimana alokasi sumberdaya diarahkan untuk mencapai efisiensi dalam usah ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*). Rasio biaya privat merupakan rasio antara biaya input *non tradable* atau faktor domestik dengan selisih antara penerimaan dan biaya *input* pada tingkat harga aktual. Nilai PCR yang kurang dari satu (PCR<1) menunjukkan bahwa usaha dagang yang dijalankan efisien secara finansial. Semakin kecil nilai PCR yang diperoleh, maka semakin tinggi tingkat keunggulan kompetitif yang dimiliki.

Analisis Keunggulan Komparatif

Tabel 4. Keuntungan Sosial (KS) dan Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (DRC) Komoditas Kembung di Kabupaten Demak

No	Uraian	Keuntungan Sosial	DRC
1.	TPI Morodemak	72.897.508	0,30
2.	TPI Wedung	72.184.000	0,13

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Nilai DRC yang diperoleh dari perusahaan ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di TPI Morodemak sebesar 0,30 lebih kecil dari pada nilai DRC di TPI Wedung sebesar 0,13. Nilai sebesar 0,30 menjelaskan bahwa untuk memproduksi atau menambah nilai tambah output sebesar satu satuan di TPI Morodemak dibutuhkan tambahan sumberdaya domestik sebesar 0,30. Sedangkan nilai 0,30 di TPI Morodemak meskipun efisien karena nilainya kurang dari nol, namun bila dibandingkan keunggulan komparatif yang dimiliki tidak sebesar di TPI Morodemak. Dengan kata lain, biaya produksi yang dikeluarkan pedagang di TPI Morodemak lebih besar dibandingkan dengan TPI Wedung. Nilai DRC yang kurang dari satu menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan domestik akan komoditas ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) mengindikasikan lebih baik. Dilihat dari perbedaan antara keuntungan privat dan keuntungan sosial dan nilai DRC yang lebih kecil daripada nilai PCR yang diperoleh pedagang di kedua sistem usaha Kembung dapat disimpulkan bahwa keuntungan privat yang diperoleh lebih rendah dari keuntungan sosialnya. Hal ini menunjukkan bahwa harga input yang dibayarkan pedagang lebih tinggi atau harga output yang diterima oleh pedagang lebih rendah dari harga sosial. Artinya adanya pengaruh pemerintah atau distorsi pasar yang tidak memberikan insentif yang baik bagi pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) sehingga keuntungan privat yang diperoleh lebih rendah daripada keuntungan sosialnya terhadap input produksi dan distorsi pada pasar output.

Menurut Monke *and* Pearson *dalam* Mahatama dan Miftah (2013), dengan menggunakan analisis MAK tersebut dapat dihasilkan indikator-indikator sebagai berikut:

1. *Private cost ratio* (PCR): $C/(A - B)$. PCR < 1, berarti sistem komoditas yang diteliti memiliki keunggulan kompetitif;
2. *Domestic resource cost ratio* (DRC): $G/(E - F)$, DRC < 1 berarti sistem komoditas yang diteliti mempunyai keunggulan komparatif; dan
3. *Nominal protection coefficient* (NPC)
 - a. *On tradable outputs* (NPCO): A/E , jika nilai NPCO > 1 berarti kebijakan bersifat protektif terhadap *output*.
 - b. *On tradable inputs* (NPCI): B/F , jika nilai NPCI < 1 berarti kebijakan bersifat protektif terhadap *input*, berarti ada kebijakan subsidi terhadap *input tradable*.

Dampak Kebijakan Output

Tabel 5. Nilai Transfer Output (TO) dan Koefisien Proteksi Output Nominal (NPCO)

No	Uraian	Transfer Output	NPCO
1.	TPI Morodemak	-40.693.549	0,31
2.	TPI Wedung	-50.382.333	0,93

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Berdasarkan Tabel 5, nilai NPCO kedua TPI, TPI Morodemak dan TPI Wedung, masing-masing yakni 0,31 dan 0,93. Nilai NPCO yang bernilai kurang dari satu juga menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah untuk pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) belum berjalan efektif sehingga terjadi pengurangan penerimaan pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) begitupun sebaliknya, jika Nilai NPCO yang bernilai lebih atau sama dengan satu juga menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah untuk pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) berjalan efektif sehingga terjadi pengurangan penerimaan pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*).

Dampak Kebijakan Input

Tabel 6. Transfer Faktor (TF), dan Koefisien Proteksi Input Nominal (NPCI)

No	Uraian	Transfer Faktor (Tenaga Kerja)	Transfer Faktor (Modal)	NPCI
1.	TPI Morodemak	-344.591	-755.036	0,31
2.	TPI Wedung	-17.975	-304.000	0,93

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Nilai NPCI yang lebih besar dari satu ($NPCI > 1$) menunjukkan adanya proteksi terhadap produsen input *non tradable*. Dengan kata lain menunjukkan bahwa biaya input tersebut lebih mahal daripada biaya input pada tingkat dunia, sehingga menyebabkan sektor yang menggunakan input tersebut dibebani pajak dan akan meningkatkan biaya produksi. Sebaliknya, bila nilai NPCI kurang dari satu ($NPCI < 1$) menunjukkan adanya subsidi atas input tersebut yang menyebabkan harga input *non tradable* lebih rendah dari harga dunia.

Nilai NPCI yang diperoleh kedua TPI, TPI Morodemak dan TPI Wedung masing-masing sebesar 0,31 dan 0,93. Nilai NPCI yang bernilai kurang dari satu mengindikasikan bahwa terdapat kebijakan atas input *non tradable* yang menyebabkan harga privat lebih rendah daripada harga sosialnya. Meskipun nilai NPCI bernilai kurang dari satu, namun nilai NPCI relatif mendekati satu. Hal ini mengindikasikan adanya penyimpangan dalam kebijakan subsidi tersebut dimana harga input *non tradable* yang dipasarkan lebih mahal dari harga subsidi yang telah ditetapkan.

Dampak Kebijakan Input-Output

Tabel 7. Nilai Koefisien Proteksi Efektif (EPC), Transfer Bersih (TB), Koefisien Keuntungan (PC), dan Rasio Subsidi bagi Produsen (SRP)

Uraian	TB	EPC	PC	SRP
TPI Morodemak	-395.593.922	0,44	0,21	1,84
TPI Wedung	-50.382.333	0,29	0,19	0,30

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

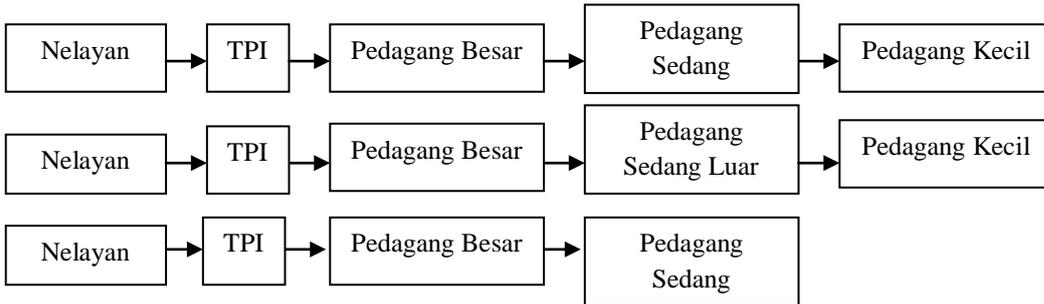
Nilai Koefisien Proteksi Efektif (EPC) merupakan indikator dari dampak keseluruhan kebijakan input dan output terhadap sistem produksi suatu komoditas di dalam negeri. Berdasarkan Tabel 7, nilai EPC di masing-masing TPI, yaitu TPI Morodemak dan TPI Wedung adalah 0,44 dan 0,29. Nilai EPC kurang dari satu menunjukkan bahwa tidak adanya perlindungan atau proteksi pemerintah terhadap pedagang. Hal ini menyebabkan pedagang tidak memiliki nilai tambah untuk produknya dan harga privat cenderung lebih kecil daripada harga sosialnya.

Transfer bersih (TB) menggambarkan dampak kebijakan pemerintah secara keseluruhan terhadap pedagang apakah merugikan atau menguntungkan. Transfer bersih ditunjukkan dengan selisih antara keuntungan privat dan keuntungan sosial atau selisih antara transfer output dengan transfer input. Nilai NT di kedua TPI, TPI Morodemak dan TPI Wedung bernilai, yakni Rp. -395.593.922,- dan Rp. -50.382.333,-. Jika Transfer Bersih bernilai negatif artinya, ada surplus produsen atau keuntungan pedagang yang hilang sebesar nilai transfer bersih, yakni Rp -395.593.922,- untuk pedagang Morodemak, sedangkan pedagang di TPI Wedung ada surplus produsen atau keuntungan pedagang yang bertambah sebesar Rp. -50.382.333,-.

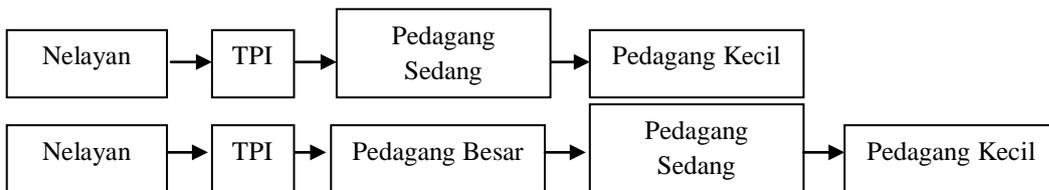
Koefisien Keuntungan (PC) adalah perbandingan keuntungan bersih privat dengan keuntungan sosial. kedua TPI, TPI Morodemak dan TPI Wedung bernilai, dari analisis PAM masing-masing adalah sebesar 0,21 dan 0,19. Artinya nilai 0,21 menunjukkan bahwa pedagang tidak mengalami kerugian yang besar, namun keuntungan yang diterima pedagang lebih rendah dari seharusnya.

Nilai Rasio Subsidi bagi Produsen (SRP) merupakan indikator yang menunjukkan tingkat penambahan dan pengurangan penerimaan atas perusahaan suatu komoditas karena adanya kebijakan pemerintah. Berdasarkan Tabel 20, nilai SRP kedua TPI, TPI Morodemak dan TPI Wedung bernilai, dari analisis PAM masing-masing adalah sebesar 1,84 dan 0,30 Nilai ini secara umum berarti kebijakan pemerintah terhadap input dan output merugikan pedagang, karena pedagang diharuskan membayar lebih tinggi dari biaya imbangannya (*opportunity cost*) untuk berproduksi.

Saluran Pemasaran



Gambar 1. Saluran Pemasaran di TPI Morodemak



Gambar 2. Saluran Pemasaran di TPI Wedung

Banyaknya pedagang pada panjangnya rantai saluran pemasaran pada komoditas ikan kembung. Hal ini menyebabkan harga jual yang diperoleh produsen rendah sedangkan konsumen harus membayar harga beli tinggi. Maka keuntungan jatuh kepada tangan pedagang besar.

Margin Pemasaran

Rincian margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran seperti pada Tabel 8

Tabel 8. Nilai Margin Pemasaran

Uraian	Rata-rata Harga beli (Rp/kg)	Rata-rata Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Persentase
Saluran 1				
Nelayan		Rp.10.000		
Pedagang Besar	Rp. 10.000	Rp.18.000	Rp. 8.000	80%
Pedagang Lokal Sedang	Rp. 21.000	Rp. 26.000	Rp. 5.000	23%
Pedagang Kecil	Rp. 27.000	Rp. 30.000	Rp. 3.000	11%
Saluran 2				
Nelayan		Rp.10.000		
Pedagang Besar	Rp. 10.000	Rp. 18.000	Rp. 8.000	80%
Pedagang Luar TPI Sedang	Rp. 21.000	Rp. 26.000	Rp. 5.000	23%
Pedagang Kecil	Rp. 27.000	Rp. 30.000	Rp.3.000	11%
Saluran 3				
Nelayan		Rp.10.000		
Pedagang Besar	Rp. 10.000	Rp.18.000	Rp. 8.000	80%
Pedagang Kecil	Rp. 23.000	Rp.28.000	Rp. 5.000	23%

Sumber: Hasil Penelitian,2017.

Dari tabel 8 margin pemasaran yang tertinggi adalah pedagang besar margin pemasaran didapat Rp.8.000 dengan presentase 80% sedangkan nilai margin terkecil adalah pedagang kecil margin pemasaran didapat Rp. 3.000 dengan presentase 11%.

Tabel 9. Margin Pemasaran Ikan Kembung di TPI Wedung

Uraian	Rata-rata Harga beli (Rp/kg)	Rata-rata Harga Jual (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)	Persentase
Saluran 1				
Nelayan		Rp.10.000		
Pedagang Sedang	Rp. 10.000	Rp.18.000	Rp. 8.000	80%
Pedagang Kecil	Rp. 20.000	Rp. 23.000	Rp. 3.000	11%
Saluran 2				
Nelayan		Rp. 10.000		
Pedagang besar	Rp. 10.000	Rp. 18.000	Rp. 8.000	80%
Pedagang sedang luar	Rp. 20.000	Rp. 25.000	Rp. 5.000	25%
TPI				
Pedagang kecil	Rp. 26.000	Rp. 29.000	Rp. 3.000	11%

Sumber: Hasil Penelitian,2017.

Dari tabel 9 diatas margin pemasaran yang tertinggi adalah pedagang besar margin pemasaran didapat Rp.8.000 dengan presentase 80% sedangkan nilai margin terkecil adalah pedagang kecil Rp.3.000 dengan presentase margin 11%. Menurut Hapsari (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran ikan Volume produksi, harga per kilogram, biaya pemasaran dan musim. Semakin tinggi margin maka semakin tinggi pula beban besar yang ditanggung oleh konsumen akhir.

Fisherman's Share

Fisherman's share berfungsi untuk melihat seberapa besar presentase bagian yang diterima oleh nelayan. Nilai *fisherman's share* diperoleh dengan membandingkan antara harga di tingkat nelayan dengan harga di tingkat konsumen akhir. Semakin besar nilai *fisherman's share*, maka kinerja pasar semakin baik atau efisien dari sisi nelayan.

Tabel 10. Fisherman's Share di TPI Morodemak.

No	Lembaga Pemasaran	Fisherman's Share
1	Pedagang besar	83%
2	Pedagang sedang	57%
3	Pedagang kecil	44%

Sumber : Hasil Penelitian, 2017.

Tabel 11. Fisherman's Share di TPI Wedung

No	Lembaga Pemasaran	Fisherman's Share
1	Pedagang besar	83%
2	Pedagang sedang	62%
3	Pedagang kecil	50%

Sumber : Hasil Penelitian, 2017.

Dari hasil olah data pada tabel 10 dan 12 dapat dilihat bahwa nilai *fisherman's share* di TPI Wedung lebih besar dibandingkan di TPI Morodemak. Saluran pemasaran di TPI Wedung memiliki nilai *fisherman's share* paling besar 83%, maka dikatakan saluran pemasaran ini kurang efisien dari sisi nelayan Sedangkan nilai *fisherman's share* paling kecil yaitu 44%, maka dapat dikatakan saluran pemasaran ini efisien dari sisi nelayan.

Efisiensi Pemasaran

Tabel 12. Tingkat Efisiensi Pemasaran di TPI Morodemak

Lembaga Pemasaran	Nilai Efisiensi Pemasaran	Keterangan
Pedagang besar	1,4%	Efisien
Pedagang sedang	1,3%	Efisien
Pedagang kecil	1,5%	Efisien

Sumber: Hasil Penelitian, 2017.

Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran ikan kembung di TPI Morodemak dipedagang besar sebesar yaitu 1,4%, sedangkan efisiensi saluran pemasaran dipedagang sedang

yaitu 1,3% dan efisiensi saluran pemasaran dipedagang kecil yaitu 1,5%. Dari hasil analisis tersebut di TPI Morodemak masih pada tingkat efisien. Berikut ini efisiensi pemasaran di TPI Wedung dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Tingkat Efisiensi Pemasaran di TPI Wedung

Lembaga Pemasaran	Nilai Efisiensi Pemasaran	Keterangan
Pedagang besar	1,6%	Efisien
Pedagang sedang	1,5%	Efisien
Pedagang kecil	1,4%	Efisien

Sumber: Hasil Penelitian, 2017.

Berdasarkan hasil analisis efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran ikan kembung di TPI Wedung dipedagang besar yaitu 1,6%, sedangkan efisiensi saluran pemasaran dipedagang sedang diperoleh yaitu 1,5% dan efisiensi saluran pemasaran dipedagang kecil yaitu 1,4%. Dari hasil analisis efisiensi saluran pemasaran di TPI Wedung masih pada tingkat efisien. Nilai efisiensi setiap lembaga pemasaran berbeda meskipun margin serta penanganan yang dilakukan sama. Sedangkan penyebab perbedaan nilai efisiensi pemasaran tersebut karena berbedanya buruh tenaga kerja, biaya es dan biaya transportasi. Hal ini diperkuat oleh Anwar (1976) dalam Huda (2015) Pemasaran dikatakan efisien jika nilai efisiensi pemasaran lebih kecil dari lima persen ($Eps < 5\%$), dan dikatakan tidak efisien jika nilai efisiensi pemasaran lebih besar dari lima persen. Penyebab perbedaan nilai efisiensi pemasaran tersebut karena berbedanya buruh tenaga kerja, biaya es dan biaya transportasi. Selain itu rantai pemasaran yang panjang mengakibatkan pelaku pemasaran harus mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk menjaga suhu ikan agar tetap dingin dan tidak mengalami penurunan mutu.

PENUTUPAN

Berdasarkan hasil penelitian komoditas ikan kembung (*Rasrelliger sp*) dan saluran pemasaran ikan kembung (*Rasrelliger sp*) di Kabupaten Demak memiliki daya saing berdasarkan keunggulan komparatif dan keunggulan komparatif. Nilai *Domestic Resources Ratio* (DRC) di TPI Morodemak dan TPI Wedung yaitu sebesar 0,03 dan 0,08. Secara ekonomis lebih kecil dari satu, sedangkan dikatakan kompetitif karena komoditi ikan kembung (*Rasrelliger sp*) mempunyai kemampuan untuk bersaing segi harga dan kualitas. Nilai *Private Cost Ratio* (PCR) di TPI Morodemak dan TPI Wedung yaitu sebesar 0,43 dan 0,19. Dengan nilai koefisien *Private Cost Ratio* (PCR) lebih kecil dari satu dan memiliki keuntungan privat sebesar Rp.11.059.098 keuntungan sosial sebesar Rp.50.653.020.

Nilai margin pemasaran terbentuk dari saluran pemasaran hasil tangkapan ikan kembung (*Rasrelliger sp*), setiap saluran pemasaran memiliki nilai margin yang berbeda sesuai dengan kemampuan saluran pemasaran. Nilai margin pemasaran tertinggi adalah pedagang besar margin pemasaran didapat Rp.8.000 dengan presentase 80% sedangkan nilai margin terkecil adalah pedagang kecil Rp.3.000 dengan presentase margin 11%.

DAFTAR PUSTAKA

- Hapsari, D. T. 2013. Keragaan Usaha dan Pemasaran Komoditas Kerang Semping (*Amusium Pleuronectes*) di Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Tengah. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Diponegoro Semarang.
- Herwindya, A. Y. dan E. W. Heru Susilo. 2014. Analisis Manfaat Mangrove dan Terumbu Karang Terhadap Lingkungan Pesisir Serta Implikasinya Pada Pendapatan Nelayan (Studi Emperik Pesisir Pantai Demak). STIE Dharmaputra Semarang. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. 36 (21) :1-16.
- Huda, M., I. Solihin dan E. Lubis. 2015. Tingkat Efisiensi Pemasaran Ikan Laut Segar di Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Brondong (*Level Marketing Efficient Of Fresh Fish In Brondong Fishing Port*). Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor. 6(1):91-104.
- Mahatama, E dan M. Farid. 2013. Daya Saing dan Saluran Pemasaran Rumput Laut: Kasus Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. Pusat Pengkajian Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan, Kementerian Perdagangan-RI
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.