



Analisis Rantai Nilai Komoditas Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*)

di Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat

*Value Chain Analysis of Skipjack Tuna (Katsuwonus pelamis) Comodity in East Lombok, West Nusa Tenggara*

Bhre Adhitya Mahendra, Azis Nur Bambang\*), Faik Kurohman

Departemen Perikanan Tangkap, Jurusan Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro

Jl. Prof Soedarto, SH. Tembalang, Semarang, Jawa Tengah -50275, Telp/Fax. 0247474698

(email: [breaditya@rocketmail.com](mailto:breaditya@rocketmail.com))

**ABSTRAK**

Produksi ikan cakalang merupakan hasil tangkapan mayoritas di PPP Labuhan Lombok, Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran distribusi komoditas ikan Cakalang yang berpangkalan di TPI Labuhan 1, Lombok Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan metode *accidental sampling*, konsep analisis rantai pasok dan analisis *value chain*. Proses tata niaga suatu perekonomian harus memiliki keadilan dalam distribusi keuntungan pada setiap pihak yang terkait. Hasil penelitian menunjukkan adanya 3 jenis saluran distribusi yaitu: saluran pemasaran 1 terdiri dari: nelayan, pedagang besar, industri pengolahan ikan,. Saluran pemasaran 2, yaitu: nelayan, bakul, pedagang eceran ikan segar, dan konsumen ikan segar, dan saluran pemasaran 3 yaitu nelayan, pedagang eceran, dan konsumen. Persentase *Fisherman's Share* menunjukkan jika saluran pemasaran ke 3 nelayan mempunyai peranan yang paling besar dalam penentuan harga yaitu sebanyak 37%. Analisis rantai nilai menunjukkan bahwa populasi yang menikmati keuntungan terbesar adalah nelayan juragan yaitu sebesar 40,30% dan terkecil adalah bakul yaitu sebesar 19,45%.

**Kata Kunci:** Rantai Nilai; Ikan Cakalang,; TPI Labuhan,; *Fisherman's Share*

**ABSTRACT**

*The production of skipjack fish is the majority catch in PPP Labuhan Lombok, East Lombok Regency. This study aimed to analyze the distribution channel of Skipjack fish commodities based at TPI Labuhan 1, East Lombok. This type of research is descriptive using a qualitative approach. This type of research is descriptive using a qualitative approach. The type of data used was primary data and secondary data. This research could be done by accidental sampling method, supply chain analysis concept and value chain analysis. The trade process of an economy must have fairness in the distribution of profits to each party concerned. The results showed that there were 3 types of distribution channels, namely: marketing channel 1 consisting of: fishermen, wholesalers, fish processing industries. Marketing channel 2, namely: fishermen, baskets, retailers of fresh fish, and consumers of fresh fish, and marketing channel 3 namely fishermen, retailers, and consumers. Fisherman's Share percentage showed that the marketing channel to the 3 fishermen has the biggest role in determining the price, which is 37%. Value chain analysis shows that the population took the greatest profit is the skipper fishermen in the amount of 40.30% and the smallest in the amount of 19.45 %.*

**Keywords:** Value Chain; Skipjack Fish; TPI Labuhan,; *Fisherman's Share*

\*) Penulis penanggungjawab

**1. PENDAHULUAN**

Luas wilayah Kabupaten Lombok Timur sebesar 2.679,88 km<sup>2</sup> dengan luas wilayah daratan 1.605,55 km<sup>2</sup> dan luas wilayah laut 1.074,33 km<sup>2</sup>, sedangkan panjang pantai Lombok Timur adalah 220 km. Pada potensi Perikanan tangkap, NTB memiliki areal Penangkapan seluas : 29.159,0 km<sup>2</sup> dengan Potensi Produksi mencapai

185.518,5 ton dan Potensi Lestari sebesar 129.863 ton. Produksi ikan cakalang merupakan hasil tangkapan mayoritas di PPP Labuhan Lombok, Kabupaten Lombok Timur. Alat tangkap yang digunakan untuk menangkap ikan cakalang adalah *long line* atau rawai tuna. Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) merupakan kelompok ikan yang bersifat pelagis.

Ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) memiliki distribusi yang luas di wilayah tropis dan subtropis. Migrasi ikan cakalang mengikuti perubahan suhu perairan. Selama akhir musim gugur cakalang bermigrasi ke utara mencari perairan hangat. produksi ikan cakalang di Kabupaten Lombok Timur yaitu mencapai 1.666,5 ton pada tahun 2016. Berdasarkan data tersebut, harga ikan cakalang adalah Rp 60.000/ekor. Komoditas ikan cakalang adalah salah satu komoditas utama yang dimana hasil tangkapan ikan cakalang ini banyak terdapat di daerah PPP Labuhan Lombok. Nelayan ikan cakalang Lombok Timur menggunakan jenis alat tangkap Jaring Tasih (*surface gillnet*).

Terdapat banyak pihak terlibat dalam suatu tata niaga ikan cakalang di Kabupaten Cakalang. Alur distribusi ikan cakalang olahan dimulai dari nelayan, pedagang ikan (bakul), pengolah ikan cakalang, pedagang ikan olahan, hingga konsumen. Sedangkan alur distribusi ikan cakalang segar adalah nelayan, pedagang ikan (bakul), pedagang eceran, kemudian konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa tata niaga ikan cakalang di Kabupaten Lombok Timur adalah permasalahan yang kompleks.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran distribusi, margin pemasaran, *fisherman's share*, efisiensi pemasaran dan keuntungan masing-masing pelaku usaha perikanan dalam produksi dan distribusi ikan cakalang (*katsuwonus pelamis*) di Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat.

## 2. MATERI DAN METODE PENELITIAN

### a. Metode Pengambilan Sampel

Penelitian Analisis Rantai Nilai Komoditas Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) di Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat mengambil lima jenis responden yaitu nelayan Jaring Tasih (*Surface Gillnet*). Besarnya jumlah responden yang akan dijadikan sampel, maka peneliti menggunakan teknik metode *Accidental Sampling*. Pengumpulan sampel diambil dari semua anggota yang ada dari masing-masing responden sesuai dengan aktor yang dibutuhkan yang berkembang jumlahnya yaitu dengan rincian responden nelayan sebanyak 30 orang, pedagang besar 6 orang, pedagang sedang (bakul) 23 orang, dan pedagang kecil 13 orang, lalu berhenti jika dirasa data yang didapat oleh peneliti telah sampai pada titik jenuh atau homogen.

### b. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif yang bersifat studi kasus terhadap pemasaran atau saluran komoditas ikan Cakalang (*katsuwonus pelamis*). Data primer berupa keragaan usaha perikanan tangkap kapal Jaring Tasih, dan pedagang sebagai pelaku usaha pemasaran komoditas ikan Cakalang. Data primer tersebut diolah yang nantinya diperoleh data saluran pemasaran ikan Cakalang, margin pemasaran, *fisherman's share*, efisiensi pemasaran dan rantai nilai. Menurut Hansen dan Mowen dalam Tjandrawan (2005) Value chain analysis dibagi menjadi dua yaitu yang pertama Industry Value Chain yang merupakan untuk membantu perusahaan mengevaluasi faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal yang dikendalikan oleh lingkungan sehingga dapat memberikan pandangan mengenai posisi aktivitas dalam industri. Kedua adalah Internal value chain yang terdiri dari aktivitas-aktivitas dalam perusahaan yang berbeda secara fisik dan teknologi, yang menambah nilai kepada produk. Data primer yang sudah diolah, selanjutnya diolah dan diperkuat oleh data sekunder dengan beberapa referensi dan studi pustaka sebagai penguat data primer

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Analisis Usaha

Memiliki usaha perikanan tangkap membutuhkan perhitungan yang matang terhadap beberapa faktor, yaitu: biaya investasi, biaya tetap, dan biaya tidak tetap. Biaya investasi merupakan biaya awal yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha perikanan tangkap, seperti: pembelian kapal, pembelian alat tangkap, pembelian mesin kapal, dan peralatan tambahan yang dibutuhkan untuk membantu penangkapan ikan, hal ini dikarenakan pada usaha perikanan tangkap ini dilakukan di lautan yang pada proses pelaksanaannya penuh resiko. Jenis Alat Tangkap yang digunakan oleh nelayan di PPP Labuhan Lombok dalam menangkap komoditas ikan cakalang (*katsuwonus pelamis*) adalah Jaring Tasih (*surface gillnet*). Operasi penangkapan dari nelayan Jaring Tasih ini adalah *one day fishing* dengan jarak tempuh rata-rata sejauh 2 mil dari bibir pantai, dan menggunakan kapal berukuran 10 GT. Rata-rata jumlah ABK yang diperlukan adalah 1-2 orang dalam setiap kapal dikarenakan operasi penangkapannya hanya bersifat *one day fishing*, dengan musim penangkapan ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) dibagi menjadi tiga, yaitu: paceklik, biasa dan puncak. Musim paceklik terjadi pada November, Desember. Sedangkan Musim Puncak terjadi pada bulan Februari, Maret, April, Juli dan Agustus.

Tabel 1. Proporsional Penangkapan Ikan Cakalang

Keterangan	Musim			
	Paceklik	Biasa	Puncak	Jumlah

Jumlah Bulan	2	5	5	12
Jumlah Trip/bulan	12	14	20	46
Jumlah Trip/tahun	24	70	100	194
Presentase Proporsi	12%	36%	52%	100%

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah penangkapan pada musim paceklik dalam 1 bulan sebanyak 12 kali penangkapan, pada musim biasa atau normal sebanyak 14 kali, dan untuk musim puncak sebanyak 20 kali. Sehingga dalam satu tahun didapatkan sebanyak 194 kali operasi penangkapan yang dilakukan oleh nelayan. Selain itu dapat dilihat juga presentasi penangkapan pada musim paceklik sebesar 12% , pada musim biasa atau normal 36% dan pada musim puncak 52%.

Pada usaha penangkapan ikan dengan menggunakan alat tangkap Tasih di PPP Labuhan Lombok terdapat komponen biaya yang terdiri dari biaya investasi, biaya operasional dan biaya Lain lain. Biaya investasi adalah biaya yang diperlukan dalam pengoperasiannya seperti alat tangkap dan perahu yang dibutuhkan untuk pergi kelaut

Tabel 2. Analisa Usaha Nelayan Tasih di TPI Labuhan Lombok

No.	Keterangan	Rata-rata seluruh Ikan (Rp)	Gabungan Rata - Rata Ikan cakalang (Rp) *)
1	Raman Kotor	1.765.560	458.694
2	Biaya Tetap	127.134	26.729
	a. Biaya penyusutan	14.605	3.794
	b. Perijinan	88.278	22.935
	c. Perawatan	24.251	6.301
3	Biaya Variabel	139.433	36.225
	a. BBM (Solar)	65.600	17.043
	b. Perbekalan	73.833	19.182
4	Raman Bersih	1.626.127	422.469
5	Bagi Hasil	1.138.289	295.728
6	Biaya Total	1.404.857	358.682
7	Pendapatan Bersih	360.704	100.012
8	R/C Ratio	1,26	1,28

\*) Rata – rata ikan cakalang adalah jumlah bagian ikan cakalang dari operasi Tasih.

Rata-rata biaya variabel proposional ikan cakalang yang dikeluarkan nelayan Lombok Timur di TPI Labuhan I adalah sebesar Rp 36.225, yang terdiri dari biaya BBM sebesar Rp. 17.043. dan biaya perbekalan sebesar Rp. 19.182. Maka diperoleh rata-rata biaya total rata – rata ikan Cakalang yang dikeluarkan oleh nelayan di TPI Labuhan I sebesar Rp 358.682. Besar rata-rata pendapatan kotor atau raman kotor yang diterima adalah Rp 458.694, maka rata-rata pendapatan bersih yang diterima adalah sebesar Rp 422.46. Untuk sistem bagi hasil yang diterima oleh ABK adalah 30:70 dengan rincian 30% untuk pemilik kapal atau juragan, dan 70% untuk kru kapal.

Perhitungan R/C Ratio adalah hasil bagi antara pendapatan kotor dengan total biaya suatu usaha, maka diperoleh R/C Ratio rata - rata dari ikan cakalang sebesar 1.28. Nilai tersebut mempunyai arti jika rata-rata usaha penangkapan ikan dengan alat tangkap Tasih khusus pada komoditas ikan cakalang di TPI Labuhan Lombok adalah *feasible* atau layak untuk dilanjutkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (2006), analisis R/C Ratio digunakan untuk mengetahui seberapa menguntungkan suatu usaha dengan rumus hasil bagi antara total penerimaan kotor dan total biaya. Jika R/C > 1, maka kegiatan usaha tersebut menguntungkan, Jika R/C < 1, maka kegiatan usaha tersebut tidak menguntungkan, dan Jika R/C =1, maka kegiatan usaha tersebut tidak mengalami keuntungan ataupun kerugian.

Tabel 3. Analisa Usaha Pedagang Skala Besar di PPP Labuhan Lombok

No.	Keterangan	Rata-rata seluruh ikan (Rp)	Proposional Ikan cakalang (Rp) *
1	Biaya Tetap	4.581.891	708.312

	a. Biaya penyusutan	3.801.891	587.732
	b. Transportasi	780.000	120.580
2	Biaya Variabel	279.272.929	17.597.230
	a. Es	2.800.000	432.850
	b. Plastik	430.000	66.473
	c. Tenaga Kerja	980.000	151.498
	d. Retribusi	1.000	155
	e. Modal Beli Ikan	275.061.929	16.946.254
3	Biaya Total	283.854.819	18.305.542
4	Penerimaan	340.666.667	21.666.667
5	Pendapatan Bersih	56.811.847	3.361.125
6	R/C Ratio	1,20	1,18

\*) Proporsional ikan cakalang adalah jumlah bagian cakalang dari operasi Tasih

Tabel 4 . Analisa Usaha Pedagang Skala Sedang di PPP Labuhan Lombok

No.	Keterangan	Rata-rata seluruh Ikan (Rp)	Gabungan Rata – rata Ikan cakalang (Rp)
1	Biaya Tetap	284.859	102.984
	a. Biaya penyusutan	239.859	86.715
	b. Transportasi	45.000	16.269
2	Biaya Variabel	6.182.703	2.542.125
	a. Es	176.580	63.838
	b. Plastik	11.772	4.256
	c. Retribusi	500	181
	d. Modal Beli Ikan	5.993.851	2.473.851
3	Biaya Total	6.467.561	2.645.109
4	Penerimaan	7.893.155	3.211.607
5	Pendapatan Bersih	1.425.594	566.498
6	R/C Ratio	1,22	1,21

Keterangan : \*) Rata – rata ikan cakalang adalah jumlah bagian cakalang dari operasi Tasih

Tabel 5. Analisa Usaha Pedagang Kecil di PPP Labuhan Lombok

No.	Keterangan	Rata-rata Gabungan seluruh Ikan (Rp)	Rata – rata Ikan cakalang (Rp) *)
1	Biaya Tetap	62.778	15.623
	a. Biaya penyusutan	30.044	7.477
	b. Transportasi	32.733	8.146
2	Biaya Variabel	3.317.950	908.110
	a. Es	19.050	4.741
	b. Plastik	5.000	1.244
	c. Retribusi	500	124
	d. Modal Beli Ikan	3.293.400	902.000
3	Biaya Total	3.380.728	923.733
4	Penerimaan	3.756.487	1.084.587
5	Pendapatan Bersih	375.759	160.854
6	R/C Ratio	1,11	1,17

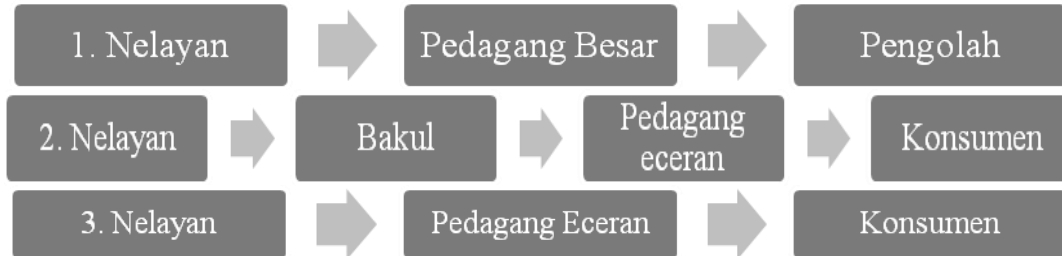
Keterangan :\*) Proporsional cakalang adalah jumlah cakalang dari operasi Tasih.

### b. Aspek Pemasaran

Pemasaran ikan Cakalang mempunyai beberapa jalur sampai kepada konsumen. Saluran pemasaran tersebut terdiri dari beberapa komponen pelaku usaha dimana antar komponen saling berkaitan satu dan lainnya. Semakin panjang saluran pemasaran, semakin besar juga margin pemasaran tercipta. Hal ini yang membuat harga

jual kepada konsumen semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, semakin pendek saluran pemasaran dari produsen, maka semakin rendah juga margin pemasaran sehingga harga beli konsumen semakin rendah. Hal ini diperkuat oleh Damayanti *et al.* (2014), bahwa jarak saluran pemasaran yang ada antara produsen sampai konsumen mempengaruhi keuntungan atau margin

Gambar 1 Saluran Distribusi Pemasaran Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) di PPP Labuhan Lombok, Lombok Timur



Berdasarkan gambar 1, dapat diperoleh informasi bahwa komoditas ikan cakalang di PPP Labuhan Lombok mempunyai tiga buah saluran pemasaran yaitu yang pertama komoditas ikan Cakalang dijual oleh nelayan, dibeli oleh pedagang besar, lalu dijual kembali oleh pedagang besar kepada pengolah ikan, Selanjutnya saluran pemasaran kedua komoditas ikan Cakalang dijual oleh nelayan kepada bakul, kemudian bakul akan menjual ikan tersebut akan menjual ke pedagang eceran, kemudian pedagang eceran akan menjual langsung ke konsumen, dan saluran pemasaran ketiga komoditas ikan Cakalang dijual langsung ke pedagang eceran kemudian akan dijual kembali ke konsumen dalam bentuk ikan segar.

Ketiga saluran pemasaran tersebut adalah salah satu aspek pemasaran yang penting dalam rantai pemasaran komoditas ini. Hal ini diperkuat oleh Triyonowati (2014), bahwa saluran distribusi merupakan salah satu aspek pemasaran yang berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan produk hasil produksi dari produsen kepada konsumen akhir. Peran saluran pemasaran, khususnya saluran distribusi, sangat menentukan untuk dapat memasarkan produk sampai ke tangan konsumen.

Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga yang harus dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen, yaitu nelayan. Hal ini diperkuat oleh Damayanti *et al.* (2014), marjin pemasaran merupakan istilah untuk menyatakan perbedaan harga jual dari penjual pertama dengan pembeli selanjutnya, atau selisih antara harga jual dan harga beli

Tabel 6. Marjin Pemasaran Cakalang di PPP Labuhan Lombok

Keterangan	Harga Beli *) (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Marjin Pemasaran (Rp/Kg)	Total Marjin Pemasaran	Presentase Margin	Presentase Fisherman's Share
<b>Saluran Pemasaran 1</b>						
Nelayan	8,996	31,774	22,778	31,670	78%	22%
Pedagang Besar	31,774	40,667	8,892			
Industri Ikan Olahan	40,667					
<b>Saluran Pemasaran 2</b>						
Nelayan	8,996	31,774	22,778	40,604	82%	18%
Bakul	31,774	41,250	9,476			
Pedagang Eceran Ikan Segar	41,250	49,600	8,350			
Konsumen Ikan Segar	49,600	-	-			
<b>Saluran Pemasaran 3</b>						
Nelayan	8,996	31,774	22,778	31,128	63%	37%
Pedagang Eceran Ikan Segar	31,774	49,600	8,350			
Konsumen Ikan Segar	49,600	-	-			

Keterangan: \*) Harga beli (Rp/Kg) nelayan merupakan HPP (Rp/Kg) nelayan

Marjin pemasaran ikan cakalang di PPP Labuhan Lombok, dibagi menjadi tiga saluran pemasaran. Urutan saluran pemasaran :



1. Komoditas ikan cakalang dijual oleh nelayan , dibeli oleh pedagang besar, lalu dijual kembali oleh pedagang besar kepada pengolah ikan,
2. Komoditas ikan cakalang dijual oleh nelayan kepada bakul, kemudian bakul akan menjual ikan tersebut akan menjual ke pedagang eceran, kemudian pedagang eceran akan menjual langsung ke konsumen,
3. Komoditas ikan cakalang yang telah ditangkap akan dijual langsung ke pedagang eceran kemudian akan dijual kembali ke konsumen dalam bentuk ikan segar.

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui pada saluran pemasaran 1, marjin pemasaran tertinggi adalah nelayan sebesar Rp 22,778/Kg dan terendah adalah pedagang besar sebesar Rp 8.892/Kg. Presentase marjin pemasaran pada saluran pemasaran 1 adalah 78%. Pada saluran pemasaran 2, marjin pemasaran tertinggi adalah nelayan sebesar 22,778/Kg dan terendah adalah pedagang eceran ikan segar sebesar Rp 8,350/Kg. Presentase marjin pemasaran pada saluran pemasaran 2 adalah 82%. Pada saluran pemasaran ke 3 marjin terbesar pada nelayan sebesar Rp 22.778/Kg, dan terendah pada pedagang eceran ikan segar sebesar Rp 8,350/Kg dengan presentase marjin sebesar 63%.

*Fisherman's share* merupakan presentase harga yang diperoleh nelayan setelah menjual hasil tangkapan ikan cakalang. Semakin tinggi presentase *fisherman's share*, semakin tinggi pula pendapatan nelayan. Oleh karena itu, *fisherman's share* menjadi tolak ukur efisiensi pemasaran. Berdasarkan Tabel 6, pada saluran pemasaran 1, diketahui bahwa total marjin sebesar Rp 31.670/Kg dan harga beli ikan olahan di tingkat konsumen sebesar Rp 49.600/Kg, diperoleh nilai presentase *fisherman's share* 22%. Menurut Ningsih (2013), bahwa jumlah pelaku usaha berbanding terbalik dengan harga yang diterima oleh nelayan. Semakin banyak pelaku usaha pada saluran pemasaran, maka harga yang diterima oleh nelayan akan semakin sedikit pula. Nelayan sebagai produsen bertindak sebagai penerima harga, bukan penentu harga.

Tabel 7. Rantai Nilai Komoditas Ikan cakalang di TPI Labuhan Lombok Timur.

Faktor Rantai Nilai	Pelaku Usaha				
	Nelayan	ABK	Bakul	Pedagang Eceran	Konsumen
Harga Beli (Rp/Kg)	-	-	31.774	41.250	49.600
Harga Pokok Produksi (Rp/Kg)	8.996	-	33.974	42.244	-
Harga Jual (Rp/Kg)	31.774	-	41.250	49.600	-
Margin Rantai Nilai (Rp)	15.075	-	7.276	7.356	-
Bagi Hasil (Rp)	-	7.703	-	-	-
Presentase per populasi	40,30%	20,59%	19,45%	19,66%	-
Jumlah Populasi (Orang)	60	480	14	15	-
Presentase per Individu	0,67%	0,04%	1,39%	1,31%	-

Keterangan. Untuk nilai tabel diatas adalah nilai rata rata

Rantai nilai pada saluran pemasaran 1 tidak dapat dianalisis karena harga pokok produksi industri pengolahan ikan tidak diketahui. Hal ini dikarenakan data industri pengolahan ikan bersifat privasi. Berdasarkan Tabel 12., dapat diketahui bahwa marjin rantai nilai pada saluran pemasaran 2 dan 3, nelayan juragan sebesar Rp 15.075, bakul sebesar Rp 7.276, dan pedagang kecil sebesar Rp 7.356. Keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing populasi pelaku usaha adalah sebagai berikut: nelayan juragan sebesar 40,30% dengan jumlah populasi sebanyak 60 orang, ABK sebesar 20,59% dengan jumlah populasi sebanyak 480 orang, bakul sebesar 19,45% dengan jumlah populasi sebanyak 14orang, dan pedagang kecil sebesar 19,66% dengan jumlah populasi sebanyak 15 orang. Presentase keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing individu adalah sebagai berikut: juragan sebesar 0,67%, ABK sebesar 0,04%, bakul sebesar 1,39%, dan pedagang kecil sebesar 1,31%.

Presentase keuntungan yang diperoleh per individu pelaku usaha memiliki perbedaan yang jauh. Pelaku usaha yang menikmati paling besar adalah bakul, pedagang kecil menempati urutan kedua. Nelayan Juragan dan nelayan ABK menempati urutan ketiga dan keempat dalam presentase keuntungan pada saluran pemasaran 2 dan 3 komoditas ikan cakalang. Oleh karena itu, harus ada *transfer benefit* dari bakul dan pedagang kecil. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pemasaran yang efisien dan sepadan terhadap setiap pelaku usaha. *Transfer benefit* dilakukan dengan cara meningkatkan harga jual ikan cakalang dari nelayan juragan, dengan cara meningkatkan mutu hasil tangkapan, namun harga jual bakul dan pedagang kecil tetap, agar nelayan mendapatkan hasil yang baik.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian analisis rantai nilai ikan Cakalang (*katsuwonus pelamis*) di Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara barat sebagai berikut:

1. Saluran distribusi komoditas ikan Cakalang yang berpangkalan di TPI Labuhan 1, Lombok Timur, Terdapat 3 jenis saluran distribusi yaitu: saluran pemasaran 1 terdiri dari: nelayan, pedagang besar, industri pengolahan ikan,. Saluran pemasaran 2, yaitu: nelayan, bakul, pedagang eceran ikan segar, dan konsumen ikan segar, dan saluran pemasaran 3 yaitu nelayan, pedagang eceran, dan konsumen;
2. Presentase *fisherman's share* komoditas ikan Cakalang di TPI Labuhan 1 Lombok Timur, pada saluran pemasaran 1 adalah 22%, saluran pemasaran 2 adalah 18% dan pada saluran 3 sebesar 37% . Berdasarkan hal tersebut maka pada saluran pemasaran ke 3 nelayan mempunyai peranan yang paling besar dalam penentuan harga yaitu sebanyak 37;.
3. Presentase marjin pemasaran pada saluran pemasaran 1 adalah 78%, saluran pemasaran 2 adalah 82%, dan saluran pemasaran 3 sebesar 63%. Nilai presentase tersebut menunjukkan bahwa pemasaran komoditas ikan cakalang di TPI Labuhan I, Lombok Timur adalah tidak efisien karena presentase *fisherman's share* berkisar < 50%. Berdasarkan hal tersebut dapat di simpulkan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah pada saluran pemasaran ke 3 karena dalam saluran pemasaran tersebut hanya terdiri dari 3 pelaku saluran pemasaran;.
4. Analisis rantai nilai menunjukkan bahwa populasi yang menikmati keuntungan terbesar adalah nelayan juragan yaitu sebesar 40,30% dan terkecil adalah bakul yaitu sebesar 19,45%. Jika dilihat per individu pelaku usaha yang menikmati keuntungan terbesar adalah bakul sebesar 1,39% dan terkecil nelayan ABK sebesar 0,04% dikarenakan ABK mempunyai jumlah individu yang paling banyak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, Rizky, Aziz Nur Bambang, dan Sardiyatmo. 2014. Analisis Harga dan Pemasaran Ikan Kembung Lelaki (*Rastrelliger Kanagurta*) di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Cituis, Kabupaten Tangerang. *Journal of Fisheries Resources Utilization Managemen and Technology.*, 3(3):176-182.
- Ningsih, Kustiawati. 2013. Analisis Saluran dan Marjin Pemasaran Jambu Air Camplong (*Syzygium aqueum*). *Jurnal Ilmiah Agromix.*, 1(1):35-45.
- Soekartawi. 2006. Analisis Usaha Tani. Jakarta: UI Press.
- Tjandrawan, D.I. 2015. Analisis *Value Chain* Dalam Rangka Peningkatan Efisiensi dan Laba. *Jurnal Manajemen Krida Wacana.*, 5(2): 127-132.
- Triyonowati. (2014). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Merger Pada PT Bentoel Internasional Investama Tbk. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.*, 3( 7): 104-109.