

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN KELEMBAGAAN PEMASARAN IKAN KOMODITAS UTAMA DI PELABUHAN PERIKANAN PANTAI (PPP) BAJOMULYO KABUPATEN PATI

Strategy Analysis of Marketing Institutional Development of Prime Commodity Fish in Coastal Fishery Port (PPP) Bajomulyo Pati Regency

Rizkha Ayudya Yuliasari^{*)}, Herry Boesono dan Dian Wijayanto
Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, Tembalang (email: rizkhaayudya@gmail.com)

ABSTRAK

Kelembagaan pemasaran memiliki peranan penting dalam mendukung keberhasilan usaha nelayan dan mengoptimalkan kegiatan pemasaran ikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi rantai pemasaran dan faktor yang mempengaruhi kinerja kelembagaan pemasaran ikan komoditas utama di PPP Bajomulyo, menganalisis margin pemasaran ikan komoditas utama (ikan Layang dan ikan Kuniran) yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran di PPP Bajomulyo, dan menganalisis strategi pengembangan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan kelembagaan pemasaran ikan di PPP Bajomulyo. Penentuan responden penelitian dilakukan dengan dua cara yaitu untuk penentuan strategi menggunakan analisis SWOT yang pengambilan responden menggunakan wawancara dengan beberapa *key person* yang berpengaruh dalam penelitian ini. Sementara untuk analisis margin pemasaran menggunakan *quota sampling*. Dari hasil penelitian diketahui kinerja proses kelembagaan pemasaran ikan komoditas utama dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Margin yang diterima oleh pedagang pengumpul kecil dan produsen lebih kecil daripada margin yang diterima pedagang pengumpul besar. Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi oleh keuntungan dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang serta panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui. Alternatif strategi dalam upaya pengembangan kelembagaan pemasaran ikan komoditas utama (Ikan Layang dan Ikan Kuniran) di PPP Bajomulyo sesuai analisis SWOT didapatkan hasil S-O (*Strength – Opportunity*).

Kata kunci: kelembagaan, pemasaran, analisis SWOT, margin pemasaran

ABSTRACT

The marketing institutional has an important role in supporting the success of the fishermen works and optimization of fishery marketing activity. The purpose of this research is for identifying the chain marketing and the factors which influenced the work of Analysis Strategy of Marketing Institutional of PPP Bajomulyo, analyzing the marketing margin of prime commodity fish (Scad fish, Yellow Goatfish fish). The method used is descriptive by case study. The determination of sampling location is done by two ways which are for strategy determination using SWOT analysis which in taking the respondents by interview with some key persons who has the influences in this research. On the interview with some key persons, we were using paired comparison. Whereas, for the analysis of the marketing margin, we were using accidental quota sampling. From the results would be known the work of the marketing institutional of prime commodity fish which influenced by internal and external factors. The margin which been received by small collecting seller are smaller than the big collecting seller. The alternative strategy in the effort of the developing of marketing institutional of prime commodity fish on PPP Bajomulyo according to the SWOT analysis which gotten from the results of implementation S.O (Strength - Opportunity).

Keywords: institutional, marketing, SWOT analysis, margin marketing

PENDAHULUAN

Kabupaten Pati merupakan kabupaten yang terletak di Pantai Utara Provinsi Jawa Tengah, dengan luas wilayah sekitar 1.419,07 km persegi dengan panjang garis pantai 60 km. Sebesar 31 % dari luas wilayah Kabupaten Pati merupakan kawasan pesisir dengan luas sebesar 432,00 km persegi. Dari 21 kecamatan yang ada di kabupaten Pati, 7 diantaranya berada di daerah pesisir. Salah satu kecamatan yang memiliki garis pantai yang luas terdapat di Kecamatan Juwana.

Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Bajomulyo yang terletak di Desa Bajomulyo Kecamatan Juwana Kabupaten Pati merupakan pengembangan dari PPI Bajomulyo. Penetapan kelas PPP tersebut berdasarkan peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 38 tahun 2008, dimana PPP Bajomulyo adalah salah satu dari sembilan PPP di Jawa Tengah yang merupakan unit Pelaksana Teknis Dinas pada Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Tengah (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pati, 2011).

PPP Bajomulyo dibagi menjadi 2 unit yaitu Unit I untuk kapal dengan alat tangkap cantrang, *gill net*, perawai, jaring cumi, kapal – kapal kecil. Unit II sendiri digunakan untuk kapal dengan alat tangkap *purse seine* dan kapal pengangkut. Pada setiap unit memiliki ikan dengan jumlah produksi yang besar. Ikan – ikan tersebut menjadi produk utama dalam pemasaran ikan.

Komoditas utama ikan PPP Bajomulyo berdasarkan jumlah produksi ikan tertinggi yang terdapat di setiap unit. Unit I ikan dengan jumlah produksi tertinggi yaitu ikan Kuniran (*Upeneus sp*). Unit II ikan dengan jumlah produksi terbanyak yaitu ikan Layang (*Decapterus sp*).

Pengembangan kelembagaan pemasaran di PPP Bajomulyo memerlukan adanya strategi/ analisis yang dapat memberikan masukan prioritas pengembangan yang harus dilakukan untuk

mendapatkan hasil pengembangan yang lebih maksimal. Hasil dari analisis lingkungan ini adalah pengelompokkan pengembangan pemasaran di PPP Bajomulyo yang terdiri dari aspek internal dan eksternal. Dengan menggunakan analisis SWOT dari kedua aspek tersebut diperoleh *alternative* strategi pengembangan pemasaran di PPP Bajomulyo (Atmajaya dan Nugroho, 2005).

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi rantai pemasaran dan faktor yang mempengaruhi kinerja kelembagaan pemasaran ikan komoditas utama di PPP Bajomulyo; menganalisis margin pemasaran ikan komoditas utama (ikan Layang dan ikan Kuniran) yang diterima oleh masing- masing pelaku pemasaran di PPP Bajomulyo; dan menganalisis strategi pengembangan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan kelembagaan pemasaran ikan di PPP Bajomulyo

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Suatu metode penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran tentang suatu keadaan secara objektif dan digunakan untuk memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu menelaah secara mendalam suatu masalah pada suatu waktu tertentu dan hasil penelitian yang didapat belum tentu dapat digunakan pada daerah penelitian lain meskipun objek penelitiannya sama (Notoatmodjo, 2002).

Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan dua cara yaitu untuk penentuan strategi menggunakan analisis SWOT yang pengambilan responden menggunakan wawancara dengan beberapa *key person* yang berpengaruh dalam penelitian ini (Suherman, 2010).

Pada wawancara dengan beberapa *key person*, menggunakan pembobotan *paired comparisson*. Sementara untuk analisis marjin pemasaran menggunakan metode *sampling quota sampling*.

Dalam pengambilan sampel untuk analisis SWOT, sampel yang digunakan adalah orang – orang yang ada hubungannya dan berperan penting dalam peningkatan kapasitas PPP Bajomulyo antara lain yaitu:

1. Kepala PPP Unit I PPP Bajomulyo
2. Kepala PPP Unit II PPP Bajomulyo
3. Ketua Bakul PPP Bajomulyo
4. Ketua Tata Usaha PPP Bajomulyo
5. Juragan kapal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wilayah Juwana memiliki ketinggian daerah 1-5 m diatas permukaan air laut yang merupakan tanah pantai yang relatif datar. Secara astronomis Kecamatan Juwana terletak pada 111°4'40" BT dan 6°37'30"-6°42'30" LU. Kecamatan Juwana memiliki luas wilayah 5.593 ha (55,93 km²), dengan batas wilayah:

1. Sebelah utara berbatasan dengan laut Jawa
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Batangan
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Jakenan dan Kecamatan Pati
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Wedarijaksa

Tabel 1. Perkembangan Jenis dan Jumlah Alat Tangkap di PPP Bajomulyo

Jenis Alat Tangkap	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Purse Seine</i>	256	258	242	185	206
Cantrang	57	59	55	57	57
Jaring Cumi	36	39	40	43	45
<i>Gill net</i>	38	42	45	48	47
Perawai	24	27	29	29	28

Sumber : PPP Bajomulyo, 2012.

Jenis ikan yang terdapat di PPP Bajomulyo beragam, mulai dari ikan

pelagis sampai ikan demersal. Produksi dan rata- rata ikan per spesies tersaji pada tabel 2.

Tabel 2. Produksi dan Rata- rata Harga Ikan per Spesies pada Bulan Desember 2012

Jenis Ikan	Produksi (Kg)	Nilai Produksi (Rp)	Harga (Rp)
Kembung	26.640	264.284.000	9.920
Bawal	3.664	91.600.000	25.000
Muniran	122.215	171.101.000	1.400
Kuniran	174.373	393.620.000	2.257
Kakap	132.978	292.551.600	22.000
Pari	43.097	107.742.500	2.500
Tongkol	27.701	207.878.000	7.504
Layang	3.059.961	18.667.010.000	6.100
Selar	2.592	24.230.000	9.347
Lemuru	132.139	722.850.000	5.470
Total	3.725.360	20.942.867.100	

Sumber: Data Lapangan, 2012.

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa ikan Layang dan ikan Kuniran merupakan ikan dominan di TPI unit I dan TPI unit II Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Bajomulyo. Harga ikan Layang sebesar 82,13% dengan harga sebesar Rp 6.100,00/Kg sementara harga ikan Kuniran yaitu 4,68% dengan harga sebesar Rp 2.257,00/Kg. Oleh karena itu, kedua ikan ini menjadi ikan komoditas utama di PPP Bajomulyo.

PPP Bajomulyo mempunyai produksi dan raman produksi tahunan ikan pada tahun 2008-2012 tersaji pada tabel 3.

Tabel 3. Produksi Ikan dan Nilai Produksi Alat Tangkap Cantrang di PPP Bajomulyo unit I

Tahun	Produksi (Kg)	Raman (Rp)
2008	4.433.332	8.112.657.000
2009	5.562.833	9.815.347.000
2010	8.399.979	16.991.418.000
2011	10.177.057	25.766.750.000
2012	18.667.010	34.565.660.000

Sumber: PPP Bajomulyo, 2012.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa produksi dan raman produksi dengan alat tangkap cantrang yang didaratkan di PPP Bajomulyo unit I terbesar pada tahun 2012, yaitu sebesar 18.667.010 Kg dengan raman Rp. 34.565.660.000. Adanya peningkatan nilai produksi ini disebabkan karena semakin modernnya penggunaan alat bantu penangkapan yang digunakan untuk memperoleh hasil tangkapan yang lebih banyak.

Tabel 4. Produksi Ikan dan Nilai Produksi Alat Tangkap *Purse Seine* di PPP Bajomulyo unit II

Tahun	Produksi (Kg)	Raman (Rp)
2008	24.518.723	144.981.567.000
2009	27.572.498	128.691.018.000
2010	22.603.319	132.110.150.000
2011	28.205.722	176.226.440.000
2012	30.855.941	170.338.270.000

Sumber: PPP Bajomulyo, 2012.

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa produksi dan raman produksi dengan alat tangkap *purse seine* yang didaratkan di PPP Bajomulyo unit II terbesar pada tahun 2012, yaitu sebesar 30.855.941Kg dengan raman Rp. 170.338.270.000,-. Penurunan produksi signifikan terjadi pada tahun 2010 sebesar 4.969.179 kg dan pada tahun selanjutnya mengalami kenaikan sebesar 5.602.403 kg. Hal ini disebabkan adanya cuaca Untuk jumlah raman yang mengalami peningkatan signifikan terjadi pada tahun 2010 ke 2011 sebesar Rp.44.116.290.000,- Hal ini disebabkan dengan kenaikan jumlah produksi ikan sehingga raman yang dihasilkan juga meningkat.

Jenis ikan komoditas utama di PPP Bajomulyo

Jenis produksi ikan yang dominan didaratkan di PPP Bajomulyo Juwana antara lain ikan Layang (*Decapterus* sp), ikan Juwi (*Sardinella* sp), ikan Selar (*Selaroides* sp), ikan Kembung (*Rastrelliger* sp), Cumi- cumi (*Loligo* sp),

Pari (*Dasyatis* sp), ikan Kuniran (*Upeneus* sp), ikan Tongkol (*Auxis* sp), dan ikan Tengiri (*Scomberomous* sp). Ikan komoditas utama di TPI unit I PPP Bajomulyo yaitu ikan Kuniran (*Upeneus* sp) sementara ikan komoditas utama di TPI unit II PPP Bajomulyo adalah ikan Layang (*Decapterus* sp).

Harga

Keberhasilan usaha nelayan utamanya ditinjau dari peningkatan pendapatan nelayan tergantung pada pembentukan harga (Hernawati, 2002). Pembentukan harga dalam transaksi ditentukan oleh mekanisme pasar atau kekuatan permintaan dan penawaran. Di dalam prakteknya pembentukan harga ditentukan dari banyak ikannya produksi ikan yang mendarat di TPI, musim, dan kisaran harga kemarin (Arifin, 2008).

Tabel 5. Produksi dan Harga Rata-rata Ikan Layang di TPI Unit II PPP Bajomulyo Per tanggal 1 – 20 Desember 2012

Tgl	Produksi (Kg)	Nilai Produksi (Rp)	Harga Rata-rata (Rp/Kg)
1	146.178	845.560.000	5.791
2	129.160	740.150.000	5.730
3	93.707	675.340.000	7.207
4	107.973	782.990.000	7.251
5	137.261	836.920.000	6.097
6	120.074	806.610.000	6.717
7	125.666	788.530.000	6.274
8	122.715	698.820.000	5.692
9	127.251	701.430.000	5.512
10	132.917	712.320.000	5.359
11	136.296	698.900.000	5.127
12	131.170	610.000.000	4.650
13	113.481	560.600.000	4.940
14	127.528	752.670.000	5.901
15	109.888	644.580.000	5.865
16	88.558	464.350.000	5.243
17	61.934	553.090.000	8.930
18	88.697	589.510.000	6.646
19	84.213	525.040.000	6.234
20	130.835	588.810.000	4.500

Sumber: PPP Bajomulyo, 2012.

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa harga rata-rata ikan Layang di TPI Unit II PPP Bajomulyo Rp 5983,79/Kg. Harga ikan yang paling tinggi yaitu sebesar Rp. 8930,31/Kg dengan jumlah produksi sebesar 61.934 kg. Semakin banyak produksi ikan yang didapatkan nelayan, maka harga ikan semakin rendah. Hal ini disebabkan karena terjadinya penumpukan ikan. Harga ikan juga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran dari bakul yang sedang mengikuti lelang.

Tabel 6. Produksi dan Harga Rata-rata Ikan Kuniran di TPI Unit I Per tanggal 1- 20 Desember 2012

Tgl	Produksi (Kg)	Nilai Produksi (Rp)	Harga Rata-rata (Rp/Kg)
1	153.725	306.152.000	1.991
2	132.386	347.813.000	2.627
3	107.254	262.879.500	2.451
4	122.937	324.740.000	2.641
5	147.528	354.782.000	2.404
6	174.373	383.620.600	2.200
7	124.763	268.916.600	2.155
8	163.485	395.142.000	2.417
9	97.458	268.448.000	2.754
10	107.845	321.470.000	2.980
11	148.526	324.789.000	2.186
12	184.256	398.140.000	2.160
13	196.520	401.214.000	2.041
14	124.852	359.845.000	2.882
15	145.245	387.414.000	2.667
16	105.241	298.145.000	2.833
17	95.471	324.781.000	3.401
18	142.143	341.247.000	2.400
19	158.324	398.741.000	2.518
20	148.652	3657.890.000	2.460

Sumber: PPP Bajomulyo, 2012.

Berdasarkan tabel 6 diatas diketahui bahwa harga rata-rata ikan Kuniran di TPI Unit I PPP Bajomulyo Rp 2.370,00/Kg. Harga ikan yang paling tinggi yaitu sebesar Rp 3.401,88/Kg dengan jumlah produksi sebesar 95.471 kg. Dikarenakan semakin banyak produksi ikan yang didapat nelayan, maka harga

ikan semakin rendah. Harga ikan di TPI Unit I ini berpatokan dari harga ikan sehari sebelumnya, dikarenakan tidak ada kegiatan lelang di TPI ini. Sehingga transaksi antara bakul dengan nelayan dapat mencapai harga ikan berdasarkan harga ikan hari sebelumnya.

Biaya dan marjin pemasaran

Berikut ini besarnya marjin tiap lembaga pemasaran ikan komoditas utama di TPI PPP Bajomulyo.

Tabel 7 . Analisis Marjin Pemasaran Ikan Komoditas Utama (Ikan Layang) di TPI PPP Bajomulyo

Lembaga	Nilai (Rp/Kg)
Nelayan	
Harga Jual	6.500
Pengumpul kecil	
Harga Beli	6.500
Biaya Pemasaran	147.538,46
Harga Jual	7.675
Marjin	1175
Keuntungan	458,75
Pengolah	
Harga Beli	6.500
Pengumpul Besar	
Harga Beli	6.700
Biaya Pemasaran	270.000
Harga Jual	7725
Marjin	1025
Keuntungan	696,12
Konsumen	
Harga Beli	6.700

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013.

Tabel 8 . Analisis Marjin Pemasaran Ikan Komoditas Utama (Ikan Kuniran) di TPI PPP Bajomulyo

Lembaga	Nilai (Rp/Kg)
Nelayan	
Harga Jual	3.400
Pengumpul kecil	
Harga Beli	3.480
Biaya Pemasaran	111.000
Harga Jual	3480
Marjin	1140
Keuntungan	692,60
Pengolah	
Harga Beli	3.400
Pengumpul Besar	
Harga Beli	4.600
Biaya Pemasaran	306.250
Harga Jual	12.125
Marjin	7.525
Keuntungan	7437.34
Konsumen	
Harga Beli	4.600

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2013.

Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul kecil pada ikan Layang dan ikan Kuniran yaitu sebesar Rp 458,75/Kg dan Rp 692,60/Kg untuk ikan Kuniran. Marjin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul kecil dan pedagang pengumpul besar untuk ikan Layang yaitu sebesar Rp 1.175/Kg dan Rp 1.025/Kg. Marjin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul kecil dan pedagang pengumpul besar untuk ikan Kuniran yaitu sebesar Rp 692,60/Kg dan Rp 7.525/Kg. Saluran pemasaran yang dilalui ikan lebih cepat yaitu dari produsen kemudian pedagang pengumpul kecil/ pengumpul besar dan langsung ke konsumen. Makin pendek saluran pemasaran, maka semakin sedikit marjin harga yang diterima oleh konsumen (Rosalina, 2011).

Analisis SWOT

Analisis SWOT ini bertujuan untuk mencari alternatif strategi dalam upaya pengembangan kelembagaan pemasaran PPP Bajomulyo. Analisis ini dilakukan

dengan mengidentifikasi faktor- faktor yang mempengaruhi eksternal dan internal.

A. Analisis SWOT Ikan Layang

Analisis SWOT ikan Layang dibagi menjadi dua yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal digunakan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan (Nugraheni,2013). Faktor eksternal bertujuan untuk menentukan peluang dan ancaman di PPP Bajomulyo.

Analisis dengan menggunakan matriks SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang menggunakan matriks SWOT. Dari matriks SWOT didapatkan 2 strategi yaitu strategi SO (*Strength – Opportunity*), strategi WO (*Weakness- Opportunity*), strategi ST (*Strength – Treaths*), dan WT (*Weakness – Treaths*). Strategi SO meliputi memperluas pemasaran dan distribusi ikan seiring dengan tingginya permintaan ikan; memberikan penyuluhan untuk peningkatan kompetensi SDM secara berkelanjutan; dan mengoptimalkan usaha pengolahan ikan sehingga menghasilkan produk perikanan yang berkualitas dan mempunyai nilai tambah yang tinggi (Caseria, 2012).

Strategi WO meliputi pemberian bantuan penguatan modal atau memperluas akses modal kepada pelaku usaha pemasaran dan membenahi fasilitas infrastruktur pelabuhan untuk peningkatan usaha perikanan. Strategi ST meliputi pemberian penyediaan akses informasi mengenai harga yang berkembang di pasar dan pengembangan kawasan Juwana menjadi kawasan pengembangan perikanan tangkap yang aman dan memperoleh dukungan dari instansi pemerintah.

Sementara strategi WT meliputi pemberian peraturan tentang pembayaran lelang yang tepat; menciptakan kondisi daya saing yang strategis; dan penetapan peraturan daerah yang tegas tentang pengelolaan TPI.

Dari keempat hasil strategi, kemudian dilakukan penentuan *grand strategy*. *Grand strategy* yang didapat dari skoring yaitu faktor internal sebesar 3,20 dan faktor eksternal sebesar 3,15. *Grand strategy* terdapat di kuadran I dimana strategi pada kuadran I adalah strategi SO. Strategi SO dibuat untuk memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang yang ada. Strategi SO yang digunakan yaitu:

1. Memperluas pemasaran dan distribusi ikan seiring dengan tingginya permintaan ikan (I) ;
2. Memberikan penyuluhan untuk peningkatan kompetensi SDM secara berkelanjutan (II) ; dan

3. Mengoptimalkan usaha pengolahan ikan sehingga menghasilkan produk perikanan yang berkualitas dan mempunyai nilai tambah yang tinggi (III).

Dari ketiga prioritas diatas, terdapat strategi yang menjadi prioritas utama. Penentuan strategi prioritas utama ini dilakukan dengan menentukan skor yang paling tinggi.

Tabel 9. Penentuan Strategi untuk Prioritas Utama

Faktor	Strategi I			Strategi II			Strategi III		
	B	R	Skor	B	R	Skor	B	R	Skor
1. Strength									
Sa	0,05	2	0,10	0,055	2	0,11	0,10	4	0,40
Sb	0,05	2	0,10	0,055	2	0,11	0,10	4	0,40
Sc	0,10	4	0,40	0,125	4	0,50	0,075	3	0,225
Sd	0,10	4	0,40	0,075	3	0,225	0,075	3	0,225
2. Weakness									
Wa	0,075	3	0,225	0,075	3	0,225	0,05	2	0,10
Wb	0,05	2	0,10	0,075	3	0,225	0,05	2	0,10
Wc	0,05	2	0,10	0,055	2	0,11	0,075	3	0,225
3. Opportunity									
Oa	0,10	4	0,4	0,055	2	0,11	0,10	4	0,40
Ob	0,05	2	0,10	0,055	2	0,11	0,05	2	0,10
Oc	0,10	4	0,40	0,05	2	0,11	0,05	2	0,10
Od	0,10	4	0,40	0,125	4	0,50	0,10	4	0,40
Oe	0,05	2	0,10	0,05	2	0,10	0,05	2	0,10
4. Treaths									
Ta	0,075	3	0,225	0,075	3	0,225	0,075	3	0,225
Tb	0,05	2	0,10	0,075	3	0,225	0,05	2	0,10
Jumlah	1,00		3,15	1,00		2,885	1,00		3,10

Sumber: Data yang Diolah, 2013.

Keterangan:

Sa-Sd : Kekuatan Faktor Internal

Wa-Wc : Kelemahan Faktor Internal

Oa- Oe : Peluang Faktor Eksternal

Ta-Tb : Ancaman Faktor Esternal

B : Bobot

R : Rating

Berdasarkan hasil penentuan skor, didapatkan bahwa strategi yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan kelembagaan pemasaran ikan Layang di PPP Bajomulyo unit II yaitu Strategi I. Strategi yang diterapkan yaitu memperluas pemasaran dan distribusi ikan seiring dengan tingginya pemasaran ikan. Strategi ini berhubungan dengan kualitas dan ketersediaan SDM pelaku pemasaran ikan Layang, pertumbuhan ekonomi, daya beli masyarakat dan potensi konsumen terhadap ikan Layang

B. Analisis SWOT Ikan Kuniran

Analisis SWOT ikan Layang dibagi menjadi dua yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal digunakan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan PPP Bajomulyo. Faktor eksternal bertujuan untuk menentukan peluang dan ancaman di PPP Bajomulyo.

Analisis dengan menggunakan matriks SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal yang menggunakan matriks SWOT. Dari matriks SWOT didapatkan 2 strategi yaitu strategi SO (*Strength – Opportunity*), strategi WO (*Weakness- Opportunity*), strategi ST (*Strenght – Treaths*), dan WT (*Weakness – Treaths*). Strategi SO meliputi memperluas pemasaran dan distribusi ikan seiring dengan tingginya permintaan ikan; memberikan penyuluhan untuk peningkatan kompetensi SDM secara berkelanjutan; dan mengoptimalkan usaha pengolahan ikan sehingga menghasilkan produk perikanan yang berkualitas dan mempunyai nilai tambah yang tinggi.

Strategi WO meliputi pemberian bantuan penguatan modal atau memperluas akses modal kepada pelaku

usaha pemasaran dan membenahi fasilitas infrastruktur pelabuhan untuk peningkatan usaha perikanan. Strategi ST meliputi pemberian penyediaan akses informasi mengenai harga yang berkembang di pasar dan pengembangan kawasan Juwana menjadi kawasan pengembangan perikanan tangkap yang aman dan memperoleh dukungan dari instansi pemerintah. Sementara strategi WT meliputi pemberian peraturan tentang pembayaran lelang yang tepat; menciptakan kondisi daya saing yang strategis; dan penetapan peraturan daerah yang tegas tentang pengelolaan TPI.

Dari keempat hasil strategi, kemudian dilakukan penentuan *grand strategy*. *Grand strategy* yang didapat dari skoring yaitu faktor internal sebesar 3,55 dan faktor eksternal sebesar 3,40. *Grand strategy* terdapat di kuadran I dimana strategi pada kuadran I adalah strategi SO. Strategi SO dibuat untuk memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang yang ada.

Strategi SO dibuat untuk memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang yang ada. Strategi SO yang digunakan yaitu:

1. Memperluas pemasaran dan distribusi ikan seiring dengan tingginya permintaan ikan (I) ;
2. Memberikan penyuluhan untuk peningkatan kompetensi SDM secara berkelanjutan (II) ; dan
3. Mengoptimalkan usaha pengolahan ikan sehingga menghasilkan produk perikanan yang berkualitas dan mempunyai nilai tambah yang tinggi (III).

Tabel 10. Penentuan Strategi untuk Prioritas Utama

Faktor	Strategi I			Strategi II			Strategi III		
	B	R	Skor	B	R	Skor	B	R	Skor
1. Strength									
Sa	0,055	2	0,11	0,10	4	0,40	0,05	2	0,10
Sb	0,055	2	0,11	0,10	4	0,40	0,05	2	0,10
Sc	0,125	4	0,50	0,075	3	0,225	0,10	4	0,40
Sd	0,075	3	0,225	0,075	3	0,225	0,10	4	0,40
2. Weakness									
Wa	0,075	3	0,225	0,05	2	0,10	0,075	4	0,30
Wb	0,075	3	0,225	0,05	2	0,10	0,05	2	0,10
Wc	0,055	2	0,11	0,075	3	0,225	0,05	2	0,10
3. Opportunity									
Oa	0,055	2	0,11	0,10	4	0,40	0,10	4	0,4
Ob	0,055	2	0,11	0,05	2	0,10	0,05	2	0,10
Oc	0,05	2	0,11	0,05	2	0,10	0,10	4	0,40
Od	0,125	4	0,50	0,10	4	0,40	0,10	4	0,40
Oe	0,05	2	0,10	0,05	2	0,10	0,05	2	0,10
4. Treaths									
Ta	0,075	2	0,150	0,075	3	0,225	0,075	3	0,225
Tb	0,075	3	0,225	0,05	2	0,10	0,05	2	0,10
Jumlah	1,00		2,70	1,00		3,10	1,00		3,225

Sumber: Data yang Diolah, 2013.

Keterangan:

Sa-Sd : Kekuatan Faktor Internal

Wa-Wc : Kelemahan Faktor Internal

Oa- Oe : Peluang Faktor Eksternal

Ta-Tb : Ancaman Faktor Esternal

Berdasarkan hasil penentuan skor, didapatkan bahwa strategi yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan kelembagaan pemasaran ikan Layang di PPP Bajomulyo unit I yaitu Strategi III. Strategi yang diterapkan yaitu mengoptimalkan usaha pengolahan ikan sehingga menghasilkan produk perikanan yang berkualitas dan mempunyai nilai tambah yang tinggi. Strategi ini berhubungan dengan peningkatan usaha perikanan sehingga mempunyai daya jual yang lebih tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kinerja proses kelembagaan pemasaran ikan komoditas utama

dipengaruhi oleh faktor internal (kualitas sumberdaya ikan, ketersediaan sumberdaya ikan, kualitas SDM pelaku usaha pemasaran ikan, ketersediaan SDM pelaku usaha pemasaran ikan, kelembagaan pelaku usaha pemasaran ikan, akses permodalan pelaku usaha pemasaran, dukungan fasilitas infrastruktur) dan faktor eksternal (pertumbuhan ekonomi, daya kondisi politik, daya beli konsumen lokal, potensi konsumen, dukungan dan kebijakan pemerintah Pati, daya saing pensuplai ikan);

2. Kinerja Marjin yang diterima oleh pedagang pengumpul kecil dan produsen lebih kecil daripada marjin yang diterima pedagang pengumpul besar ; dan

3. Strategi pengembangan yang menjadi prioritas utama dalam upaya pengembangan kelembagaan pemasaran PPP Bajomulyo unit I dan unit II adalah memperluas pemasaran dan distribusi ikan seiring dengan tingginya permintaan ikan dan mengoptimalkan usaha pengolahan ikan sehingga menghasilkan produk perikanan yang berkualitas dan mempunyai nilai tambah yang tinggi .

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan akses modal dengan bunga kecil kepada pelaku usaha pemasaran ikan (nelayan dan pedagang pengumpul kecil) agar keuntungan yang diterima pelaku usaha pemasaran lebih meningkat;
2. Memperpendek saluran pemasaran agar margin yang diterima nelayan lebih besar dari pedagang pengumpul besar; dan
3. Adanya perbaikan sarana infrastruktur yang berkaitan dengan pemasaran ikan agar hasil yang diterima lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmajaya, S.B. dan Nugroho, D. 2005. Aplikasi Model Beverton dan Holt bagi Ikan Layang (*Decapterus spp*) di Laut Natuna dan sekitarnya. *Jurnal Penelitian Perikanan* 11(6):1-6.
- Caseria, R.H. 2012. Analisis Kelembagaan dan Biaya Transaksi Dalam Pengelolaan Sumberdaya Perikanan di Labuan Pandeglang. [Skripsi]. Institut Pertanian Bogor, Bogor, 74 hlm.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pati. 2011. Statistik Perikanan Kabupaten Pati Jawa Tengah. Pati.

Hernawati, E. 2002. Pengolahan Ikan secara Tradisional, Prospek dan Peluang Pengembangan, *Jurnal Litbang Pertanian*, 21(3):92-99.

Notoatmodjo, S. 2002. Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.

Nugraheni, H. 2013. Analisis Pengelolaan Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Tasik Agung Rembang untuk Peningkatan Produksi Perikanan Tangkap, *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Techonlogy*,2(1): 85-94.

Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Bajomulyo. 2012.

Rosalina, D. 2011. Analisis Strategi Pengembangan Perikanan Pelagis di Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan, *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*,1(1):67-79.

Suherman, Agus. 2010. Alternatif Strategi Pengembangan Pelabuhan Perikanan Nusantara Brondong Lamongan Jawa Timur, 5(2):65-72.