

**ANALISIS PEMASARAN HASIL TANGKAPAN LOBSTER (*Panulirus sp*)  
DI TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) SE-KABUPATEN GUNUNGKIDUL**

*The Marketing Analysis of Lobster (*Panulirus sp*) Fishing Result at Fish Auction Markets (TPI)  
in Gunungkidul Regency*

**Nisa Maisyaroh, Ismail<sup>\*</sup>, Herry Boesono**

Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Jurusan Perikanan,  
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah – 50275, Telp/Fax. +6224 7474698  
(email : [nisamaisyaroh@yahoo.co.id](mailto:nisamaisyaroh@yahoo.co.id))

**ABSTRAK**

Lobster merupakan salah satu komoditas perikanan penting di Kabupaten Gunungkidul. Nilai ekonomis lobster cukup tinggi yaitu mencapai Rp.200.000,- sampai Rp.400.000,- perKg. Lobster juga merupakan komoditas ekspor. Produksi lobster di Kabupaten Gunungkidul pada tahun 2012 mencapai 88,27 ton. Produksi perikanan yang besar harus diimbangi dengan adanya pemasaran yang efisien mengingat dari hasil perikanan yang mudah rusak. Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk saluran distribusi, margin pemasaran, keuntungan dan menganalisis efisiensi pemasaran pada tiap-tiap lembaga pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Secara khusus metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan metode pengambilan sampel *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bentuk saluran distribusi di setiap TPI ada 2 saluran yaitu Produsen → Pedagang Pengumpul → Konsumen dan Produsen → Pedagang Pengumpul → Eksportir. Margin pemasaran untuk saluran kedua di semua TPI dari pedagang pengumpul sama yaitu sebesar Rp. 50.000,-/kg. Margin pemasaran untuk saluran pertama di TPI Gunungkidul Lobster batu antara Rp.15.000,-/kg sampai Rp.25.000,-/kg, Lobster pasir antara Rp. 20.000,-/kg sampai Rp. 30.000,-/kg. Nilai efisiensi pemasaran yang paling efisien adalah saluran kedua, dimana nilai efisiensi saluran kedua lebih kecil dibandingkan nilai efisiensi saluran pertama.

**Kata Kunci:** Distribusi; Pemasaran; Margin Pemasaran; Lobster (*Panulirus sp*)

**ABSTRACT**

*Lobster is one of fisheries commodities in Gunungkidul. Lobster is valued around Rp. 200.000,- to Rp. 400.000,- / kilogram and it makes lobster has high economic value. Lobster is also one of export commodities. The lobster production in Gunungkidul Regency in 2012 reached 88,27 tons. The high production of fish must be balanced with the efficient marketing of fishery products that are easily damaged. Marketing is the most important point in running a fishing business because marketing is an economic action that influences the fishermen's income. The research was intended to analyze the distribution network, marketing margin, profit and the marketing efficiency in every market. Descriptive method was used in this research, specifically descriptive method using study case approach and accidental sampling method. The result has shown that there are two distribution channels in every TPI 2 channels namely 1) Producer → fish wholesaler → Consumers and 2) Producer → fish wholesaler → Exporter. The marketing margins for the second line in all TPI from the same wholesaler is Rp. 50.000,- / kg. The marketing margin for the first line rock lobster between Rp.15,000,-/kg to Rp.25,000,-/kg. Sand lobster between Rp.20,000,-/kg to Rp.30,000,-/kg. The most efficient market value is the second line where the efficiency value is less than the first line's efficiency value.*

**Keyword:** Distribution; Marketing; Margin Marketing; Lobster (*Panulirus sp*)

*\*) Penulis Penanggungjawab*

**PENDAHULUAN**

Perikanan merupakan suatu kegiatan perekonomian, dimana manusia mengusahakan sumberdaya alam perikanan secara lestari guna mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan umat manusia (Sofyan Ilyas dan Fuad Cholik (1992) dalam Dewayanti (2003)). Pembangunan sub sektor perikanan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan dan petani ikan menuju terwujudnya masyarakat adil dan makmur.

Kabupaten Gunungkidul adalah salah satu kabupaten yang ada di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan Ibukotanya Wonosari. Luas wilayah Kabupaten Gunungkidul 1.485,36 km<sup>2</sup> atau sekitar 46,63% dari luas wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Gunungkidul sebagai daerah pesisir termasuk daerah inti Karst, dengan pantai yang secara tipologis terdiri dari tipe pantai struktural dan tipe pantai erosi gelombang. Kabupaten Gunungkidul mempunyai panjang pantai ± 70 km (terpanjang di provinsi DIY).

Produksi perikanan Kabupaten Gunungkidul pada tahun 2012 sebesar 2746,09 ton, untuk produksi lobster pada tahun 2012 mencapai 88,27 ton. Produksi perikanan yang besar harus diimbangi dengan adanya pemasaran yang efisien mengingat dari hasil perikanan yang mudah rusak. Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Secara umum, pemasaran dapat diartikan sebagai segala kegiatan yang dilakukan oleh berbagai perantara dengan berbagai macam cara untuk menyampaikan hasil produksi, yaitu lobster atau ikan laut segar dari produsen (nelayan) ke konsumen akhir (Dewayanti, 2003).

Lobster atau yang dikenal dengan udang barong merupakan salah satu komoditas perikanan penting di Kabupaten Gunungkidul. Nilai ekonomis lobster cukup tinggi yaitu mencapai Rp. 200.000,- sampai 400.000,- per kilogram. Ini merupakan nilai tinggi dibandingkan dengan komoditas laut lainnya. Lobster juga merupakan komoditas ekspor, biasanya lobster dikirim ke Jakarta kemudian di ekspor ke berbagai negara seperti Jepang, Hongkong dan Thailand.

Menurut Ditjenkan (2007) dalam Junaidi *et al.*, (2010) Lobster (*Panulirus sp*) merupakan komponen penting bagi perikanan udang di Indonesia, dimana menurut catatan Statistik Indonesia tahun 2005, lobster menempati urutan ke empat untuk komoditas ekspor dari bangsa Krustacea setelah marga *Panaeus*, *Metapeaeus* dan *Macrobrachium*.

Lembaga pemasaran di Tempat Pelelangan Ikan Kabupaten Gunungkidul terdiri dari nelayan, pedagang pengumpul. Di Kabupaten Gunungkidul sebagian nelayan dan lembaga pemasaran (pedagang pengumpul) terjadi ikatan. Hal ini terjadi karena pengumpul memiliki beberapa kapal milik pribadi yang di operasikan oleh nelayan di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) tersebut. Pengumpul di Kabupaten Gunungkidul membeli Lobster (*Panulirus sp*) tidak hanya satu tempat saja, tetapi dari beberapa tempat bahkan luar daerah. Namun dalam penelitian ini hanya mencakup distribusi pemasaran Lobster (*Panulirus sp*) yang hanya berasal dari Tempat Pelelangan Ikan (TPI) di Kabupaten Gunungkidul.

Dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan suatu permasalahan: Bagaimana bentuk saluran distribusi pemasaran lobster di TPI Gunungkidul, faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya margin pemasaran lobster di TPI Gunungkidul, saluran distribusi pemasaran lobster yang paling efisien di TPI Gunungkidul.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis bentuk saluran distribusi yang terlibat dalam pemasaran Lobster (*Panulirus sp*) di TPI Kabupaten Gunungkidul;
2. Menganalisis margin pemasaran dari rantai tata niaga yang terbentuk dari para pelaku pemasaran Lobster (*Panulirus sp*) di TPI Kabupaten Gunungkidul;
3. Menganalisis efisiensi pemasaran pada tiap-tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran lobster.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2013 dan Februari 2014 di Tempat Pelelangan Ikan di Kabupaten Gunungkidul.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Materi yang digunakan dalam penelitian ini adalah distribusi pemasaran hasil tangkapan nelayan Lobster (*Panulirus sp*) di Kabupaten Gunungkidul, serta para pedagang yang terlibat di dalam pemasarannya. Variabel digunakan pada penelitian ini adalah hasil produksi dan nilai produksi Lobster (*Panulirus sp*) di Kabupaten Gunungkidul serta saluran distribusi pemasaran hasil tangkapan Lobster (*Panulirus sp*).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Secara khusus metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Kasus yang hendak diteliti pada penelitian ini berkaitan dengan permasalahan yang ada pada pemasaran hasil tangkapan Lobster (*Panulirus sp*).

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Santosa dan Tjipto (2001) dalam Muhlisiin (2011), *accidental sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Sedangkan menurut Sugiyono (2004) dalam Muhlisiin (2011), *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber datadengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan nelayan atau pedagang pengumpul lobster.

Penentuan jumlah sampel ini menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Suparmako (2003) dalam Hermansyah (2013) dengan rumus:

$$n = \frac{NZ^2P(1-P)}{Nd^2 + Z^2P(1-P)}$$

Dimana:

- $n$  : jumlah sampel penelitian  $Z$  : variabel normal standart (1,64)  
 $N$  : jumlah populasi sampel  $P$  : presentase *variance* ditetapkan (0,05)  
 $d$  : kesalahan maksimum yang dapat diterima (0,1)

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mengetahui keseluruhan populasi nelayan (produsen), pedagang pengumpul lobster yang ada di Kabupaten Gunungkidul, dalam hal ini dibagi menjadi 8 titik Tempat Pelelangan Ikan (TPI), yaitu TPI Sadeng, TPI Nampu, TPI Siung, TPI Ngandong, TPI Drini, TPI Baron, TPI Ngrenehan dan TPI Gesing. Jumlah sampel keseluruhan adalah 81 orang, dengan rincian yaitu: nelayan 68 orang dan bakul/pedagang besar 13 orang.

Pengumpulan data menggunakan metode observasi terstruktur dengan menggunakan kuisioner dan metode wawancara terstruktur.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Analisis deskriptif terhadap saluran pemasaran dengan mengamati pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil tangkapan Lobster (*Panulirus sp*)

2. Analisis margin pemasaran

Menurut Supriatna (2010), Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima produsen, dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi, dalam perhitungan margin pemasaran dilakukan perhitungan.

$$Mm = Pe - Pf$$

Dimana:

$Mm$  = marjin pemasaran

$Pe$  = harga di tingkat kelembagaan pemasaran tujuan pemasaran dari produsen

$Pf$  = harga di tingkat produsen

3. Menurut Rasuli, *et al* (2007), Analisis laba dan rugi yang dilakukan untuk mengetahui keuntungan bersih rata-rata perhari dari lembaga pemasaran.

- a. Keuntungan

$$M = B + \pi$$

Dimana :

$M$  = Margin pemasaran

$B$  = Biaya pemasaran/satuan barang

$\Pi$  = Besar keuntungan yang diterima oleh para pelaku pasar

- b. Biaya pemasaran

$$Hp = He - M$$

$$Hp = He - \pi$$

$$\text{Mark up} = \frac{Hp}{He} \times 100 \%$$

Dimana:

$Hp$  = Harga pada produsen

$He$  = Harga eceran

$\Pi$  = Besar keuntungan yang diterima oleh pelaku pasar

- c. *Farmer's share*

Analisis tentang *farmer's share* Sudiyono (2002) dalam Natalis, *et al* (2013) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = 1 - \frac{Mp}{Pr} \times 100 \%$$

Dimana :

$F$  = Bagian yang diterima nelayan (%)

$M$  = Marjin pemasaran Lobster (Rp/Kg)

$Pr$  = Harga Lobster di tingkat konsumen (Rp/Kg)

- d. Efisiensi pemasaran

Menurut Rasuli, *et al* (2007), untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat digunakan rumus:

$$Ep = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}}$$

Jika  $Ep > 1$  berarti tidak efisien

Jika  $Ep < 1$  berarti efisien

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Kondisi Umum Lokasi**

Kabupaten Gunungkidul adalah salah satu kabupaten yang ada di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan Ibukotanya Wonosari. Luas wilayah Kabupaten Gunungkidul 1.485,36 km<sup>2</sup> atau sekitar 46,63 % dari luas wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara geografis Kabupaten Gunungkidul terletak pada 7°46' - 8°09' Lintang Selatan dan 110°21' - 110°50' Bujur Timur. Adapun batas-batas wilayah Kabupaten Gunungkidul adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kabupaten Klaten, Kabupaten Sukoharjo, Propinsi Jawa Tengah;  
Sebelah Barat : Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Propinsi DIY;  
Sebelah Selatan : Samudera Hindia;  
Sebelah Timur : Kabupaten Wonogiri, Propinsi Jawa Tengah.

Pelabuhan Perikanan Pantai Sadeng terletak di Sadeng, Songbanyu, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul. Secara geografis, PPP Sadeng terletak di 8°11'26,6" LS dan 110°47'53,1" BT. Pangkalan Pendaratan Ikan Wediombo terletak pada 08°11'45,6" LS dan 110°42'39,8" BT. Pangkalan Pendaratan Ikan Siung terletak disebuah wilayah terpencil di Kabupaten Gunungkidul, tepatnya sebelah selatan Kecamatan Tepus. Secara geografis, terletak pada 08°11'16,8" LS dan 110°40'59,7" BT. Pangkalan Pendaratan Ikan Ngandong berlokasi di Ngandong, Sidoarjo, Tepus, Gunungkidul. Secara geografis terletak di 8°08'47" LS dan 110°36'22" BT. Pangkalan Pendaratan Ikan Drini berlokasi di Drini, Banjarejo, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul. Secara geografis terletak di 08°08'39,6" LS dan 110°34'38,3" BT. Pangkalan Pendaratan Ikan Baron terletak di Pantai Baron, Kemadang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY. Secara geografis letaknya berada di posisi 08°08'02,4" LS dan 110°33'00,3" BT. Pangkalan Pendaratan Ikan Ngrenehan berlokasi di Ngrenehan, Kanigoro, Saptosari, Gunungkidul. Secara geografis Pangkalan Pendaratan Ikan Ngrenehan terletak di 08°07'33,2" LS dan 110°30'53,6" BT. Pangkalan Pendaratan Ikan Gesing berada di Gesing, Girikarto, Panggang, Kabupaten Gunungkidul. Secara geografis terletak di 08°06'50,8" LS dan 110°28'07,1" BT.

**Karakteristik Responden****1. Karakteristik Nelayan****a. Karakteristik Nelayan Menurut Umur**

Menurut Susetyo, *et al* (2008) disebutkan rentangan umur yang produktif seperti dinyatakan dalam Undang Undang Tenaga Kerja Indonesia bahwa usia produktif tenaga kerja berkisar antara 16-60 tahun. Rata – rata umur nelayan adalah 45 tahun, umur maksimum nelayan adalah 58 tahun dan umur minimum nelayan adalah 26 tahun. Umur nelayan dalam penelitian ini berpengaruh pada tingkat produktivitas nelayan. Hal ini disebabkan nelayan responden adalah nelayan yang melakukan operasi penangkapan. Menurut Grandjean (1988) dalam Susetyo, *et al* (2008), kondisi umur berpengaruh terhadap kemampuan kerja fisik atau kekuatan otot seseorang.

**b. Karakteristik Nelayan Menurut Tingkat Pendidikan**

Sebagian besar responden berpendidikan SLTP dan SD. Dari 68 responden yang tidak bersekolah hanya 8 responden atau 12% dari jumlah keseluruhan responden, SD sebanyak 32 responden atau 47%, SLTP sebanyak 21 responden atau 31% dan SLTA sebanyak 7 responden atau 10%. Pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat membantu nelayan dalam meningkatkan hasil tangkapan dan dengan pendidikan nelayan dapat mengetahui informasi harga pasar. Dengan diketahuinya informasi harga pasar nelayan tidak hanya sebagai penerima harga tetapi juga pembuat harga sehingga kesejahteraan nelayan dapat lebih ditingkatkan. Frekuensi paling banyak yaitu nelayan yang bersekolah hanya sampai SD, hal ini dikarenakan sebagian besar nelayan tidak mempunyai biaya untuk melanjutkan sekolah. Sehingga mereka hanya bersekolah sampai Sekolah Dasar. Kemudian bekerja sebagai nelayan, dikarenakan letak rumah mereka yang dekat laut.

**2. Karakteristik Pedagang Pengumpul****a. Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Umur**

Semua pedagang pengumpul termasuk dalam usia produktif (25 – 64 tahun). Rata – rata umur pedagang pengumpul adalah 44 tahun, umur maksimum pedagang pengumpul adalah 55 tahun dan umur minimum pedagang pengumpul adalah 29 tahun.

**b. Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Tingkat Pendidikan**

Sebagian besar responden berpendidikan SD yaitu berjumlah 8 orang atau 61% dari jumlah keseluruhan responden, berpendidikan SLTP sebanyak 4 orang atau 31% dari jumlah keseluruhan responden dan berpendidikan SMA sebanyak 1 orang atau 8% dari jumlah keseluruhan responden. Frekuensi paling banyak yaitu pedagang pengumpul yang hanya bersekolah SD, hal ini dikarenakan mereka tidak mempunyai biaya untuk melanjutkan sekolah. Pekerjaan pertama pedagang pengumpul yaitu sebagai nelayan, kemudian mereka melanjutkan bekerja sebagai nelayan, setelah itu mereka belajar tentang proses pemasaran lobster dan mereka melanjutkan bekerja sebagai pedagang pengumpul lobster.

**Produk Hasil Perikanan**

Produksi hasil perikanan tangkap Lobster (*Panulirus sp*) di Kabupaten Gunungkidul selama 5 tahun terakhir tersaji pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 1. Data Produksi (Ton) Hasil Perikanan Tangkap Lobster (*Panulirus sp*) di Kabupaten Gunungkidul Tahun 2009-2013

Tahun	Produksi (Ton)
2009	21,60
2010	23,30
2011	19,40
2012	0,088
2013	22,22
Jumlah	86,608

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Gunungkidul

Produksi hasil perikanan tangkap Lobster (*Panulirus sp*) pada tahun 2009 – 2013 tidak stabil mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2010 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sedangkan tahun 2011 dan tahun 2012 mengalami penurunan. Menurut Dinas Kelautan dan Perikanan (2012), secara umum penurunan ini disebabkan karena adanya pengaruh iklim ekstrim yang dipengaruhi oleh angin musim (*monsoon*) dan sistem angin pasat. Sehingga menyebabkan lokasi penangkapan menjadi jauh ketengah lautan.

**Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran Lobster (*Panulirus sp*) di Kabupaten Gunungkidul adalah Produsen (Nelayan) yang ada di 8 TPI Gunungkidul dan Pedagang Pengumpul.

**1. Produsen**

**Harga**

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen atau lembaga pemasaran untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Harga suatu barang tergantung dari dari jumlah produksi, apabila produksi suatu produk melimpah maka harga produk akan turun. Tetapi jika produksi suatu produk sedikit dan jumlah permintaan tinggi, harga produk tersebut akan mahal.

Tabel 2. Perbandingan Maksimum dan Minimum Harga Lobster Segar di Tingkat Nelayan Se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Musim	Jenis Lobster	Harga Maksimum	Harga Minimum
Paceklik	Batu	350.000	300.000
	Pasir	500.000	400.000
Biasa	Batu	300.000	250.000
	Pasir	450.000	350.000
Puncak	Batu	350.000	200.000
	Pasir	400.000	300.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2013

Harga jual lobster untuk nelayan per musim, per TPI dan per jenis lobster berbeda – beda, untuk lobster jenis pasir lebih mahal dibandingkan dengan lobster jenis batu. Hal ini dikarenakan lobster pasir lebih sedikit hasil tangkapannya dibandingkan lobster batu. Lobster yang ditangkap nelayan disini yaitu lobster segar, lobster yang memiliki mutu bagus, tidak cacat. Ukuran lobster yang ditangkap yaitu K1, ukuran 100 gram ke atas. Untuk ukuran yang kurang dari 100 gram maka akan di budidayakan.

Tabel 3. Harga Lobster Beku di Tingkat Nelayan Per-TPI

Tempat Pelelangan Ikan	Jenis Lobster	Harga (Rp/Kg)
Sadeng	Batu	100.000
	Pasir	125.000
Siung	Batu	100.000
	Pasir	120.000
Drini	Batu	100.000
	Pasir	125.000
Baron	Batu	100.000
	Pasir	100.000
Ngrenahan	Batu	100.000
	Pasir	100.000
Gesing	Batu	100.000
	Pasir	100.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2013

Lobster yang cacat atau mutunya rendah terdiri dari 2 jenis lobster juga yaitu lobster batu dan lobster pasir. Tempat pelelangan ikan Ngandong dan Nampu pada saat penelitian tidak menjual lobster cacat karena lobster yang cacat hanya sedikit dan digunakan sendiri, mereka mempunyai warung makan sendiri. Lobster yang cacat biasanya dijual dengan harga rendah yaitu hampir setengah harga dari lobster yang bagus atau segar karena lobster yang cacat tidak bisa dikirim ke eksportir dan hanya bisa dijual dikonsumsi lokal seperti warung makan pinggir pantai. Untuk setiap Tempat Pelelangan Ikan harga lobster cacat biasanya berbeda-beda, tergantung dari pihak pedagang pengumpul lobster mau membeli dengan harga berapa. Rata-rata harga lobster dijual dengan harga Rp.100.000 per kilogramnya.

**Keuntungan**

Keuntungan adalah nilai yang diterima setelah pendapatan dikurangi dengan biaya total. Dalam suatu proses pemasaran tidak selamanya selalu mendapatkan untung tetapi juga mengalami kerugian. Termasuk dalam suatu proses pemasaran hasil tangkapan lobster. Karena suatu proses penangkapan lobster tergantung musim. Apabila saat musim paceklik maka nelayan sering mengalami kerugian, pendapatan yang dihasilkan lebih sedikit dibandingkan biaya yang harus ditanggung.

Tabel 4. Perbandingan Pendapatan, Pengeluaran, Keuntungan dan R/C Nelayan Pada Saat Musim Paceklik Se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Keterangan	Maksimum	Minimum
Pedapatan (Rp)	450.000	300.000
Biaya Total (Rp)	486.618	375.244
Keuntungan (Rp)	58.398	-75.244
R/C ratio	1.15	0.79

Sumber: Hasil Penelitian, 2013

R/C ratio paling minimum yaitu sebesar 0.79 hal ini berarti suatu usaha penangkapan tersebut tidak layak dilakukan dan untuk R/C maksimum sebesar 1.15, hal ini berarti usaha tersebut layak untuk dilanjutkan. R/C ratio adalah ukuran usaha tersebut layak untuk dilanjutkan atau tidak. Untuk R/C ratio yang kurang dari 1 maka usaha tersebut dikatakan tidak layak karena mengalami kerugian, tetapi untuk R/C ratio yang lebih dari 1 maka usaha tersebut dikatakan layak untuk dilanjutkan karena usaha tersebut mendapatkan keuntungan.

Tabel 5. Perbandingan Pendapatan, Pengeluaran, Keuntungan dan R/C Nelayan Pada Saat Musim Biasa se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Keterangan	Maksimum	Minimum
Pedapatan (Rp)	1.300.000	850.000
Biaya Total (Rp)	636.393	482.727
Keuntungan (Rp)	673.427	267.273
R/C ratio	2.07	1.55

Sumber: Hasil Penelitian, 2013

Tabel 6. Perbandingan Pendapatan, Pengeluaran, Keuntungan dan R/C Nelayan Pada Saat Musim Puncak se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Keterangan	Maksimum	Minimum
Pedapatan (Rp)	2.150.000	1.400.000
Biaya Total (Rp)	895.368	674.994
Keuntungan (Rp)	1.258.773	683.886
R/C ratio	2.49	1.9

Sumber: Hasil Penelitian, 2013

**2. Pedagang Pengumpul**

**Harga**

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen atau lembaga pemasaran untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Harga suatu barang tergantung dari kualitas produk atau pun jumlah produk tersebut. Apabila suatu produk tersebut memiliki kualitas bagus maka harga suatu produk akan mahal, tetapi apabila suatu produk memiliki kualitas rendah maka harga suatu produk tersebut akan murah. Selain hal tersebut harga juga tergantung dari jumlah produksi, apabila produksi suatu produk melimpah maka harga produk akan turun. Tetapi jika produksi suatu produk sedikit dan jumlah permintaan tinggi, harga produk tersebut akan mahal.

Tabel 7. Perbandingan Harga Lobster Pada Bulan Desember di Tingkat Nelayan Se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Mutu	Jenis Lobster	Harga Maksimum	Harga Minimum
Segar	Batu	300.000	250.000
	Pasir	450.000	350.000
Beku	Batu	120.000	115.000
	Pasir	150.000	120.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2013

Harga jual dipengaruhi oleh jumlah produksi lobster masing – masing tempat pelelangan ikan dan saluran pemasaran. Harga lobster segar paling tinggi yaitu TPI Siung, hal ini dikarenakan jumlah produksi lobster di TPI Siung sedikit sedangkan jumlah permintaan dari eksportir tinggi, sehingga pedagang pengumpul menaikkan harga lobster agar supaya nelayan lobster menjual seluruh lobsternya ke pedagang pengumpul TPI Siung. Selain itu biaya pemasaran yang dikeluarkan juga tinggi, maka dari itu harga jual lobster juga tinggi. Harga jual lobster segar terendah yaitu TPI Nampu, TPI Ngandong dan TPI Gesing. Hal ini dikarenakan mereka tidak menjual hasil tangkapannya langsung ke Jakarta. Mereka menjual hasil tangkapannya ke pedagang pengumpul TPI lain sehingga harga lobster lebih murah. Selain itu biaya pemasaran yang dikeluarkan lebih sedikit dibandingkan dengan pedagang pengumpul yang menjual hasil tangkapan lobster ke eksportir Jakarta.

**Keuntungan**

Keuntungan adalah pendapatan bersih yang diterima oleh pedagang pengumpul selama satu bulan. Dalam suatu proses pemasaran keuntungan diperoleh dari pendapatan kotor dikurangi dengan biaya pemasaran total. Biaya total terdiri dari biaya variabel dan biaya total.

Tabel 8. Perbandingan Pendapatan, Pengeluaran, Keuntungan dan R/C Pedagang Pengumpul se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Keterangan	Maksimum	Minimum
Pendapatan (Rp)	299.303.000	13.445.000
Biaya toal (Rp)	264.931.500	12.573.433
Keuntungan (Rp)	34.317.500	871.566
R/C ratio	1.15	1.07

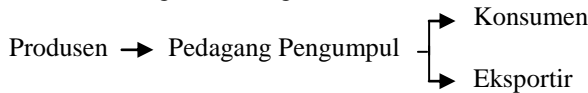
Berdasarkan hasil penelitian keuntungan yang paling tinggi yaitu TPI Ngrenehan, hal ini dikarenakan produksi lobster TPI Ngrenehan paling tinggi dibandingkan dengan TPI yang lain yaitu sebesar 892,95 Kg pada bulan Desember. Sedangkan keuntungan paling sedikit yaitu TPI Ngandong, dikarenakan produksi hasil tangkapan lobster pada bulan Desember paling sedikit yaitu sebesar 49,3 Kg. Hasil tangkapan berpengaruh terhadap tingginya keuntungan, semakin banyak hasil tangkapan maka akan semakin besar pula hasil keuntungan yang diperoleh.

**Saluran Distribusi**

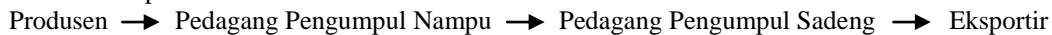
Saluran pemasaran produksi Lobster di TPI Gunungkidul berbeda – beda, tetapi setiap TPI melalui beberapa jalur pemasaran yang secara umum pendek. Lobster hasil tangkapan Nelayan (produsen) dibeli pengumpul lokal TPI dan selanjutnya di distribusikan kepada konsumen lokal. Selain di distribusikan ke konsumen lokal, Lobster juga dikirim ke Eksportir Jakarta untuk dikirim ke Luar Negeri. Distribusi hasil tangkapan Lobster untuk konsumen lokal hanya dipasarkan di restoran daerah Jogjakarta dan warung makan pantai, mereka biasanya membeli Lobster dengan mendatangi ruko tempat pedagang pengumpul memasarkan Lobsternya dan biasanya mereka membeli jika hanya ada pesanan saja tidak setiap hari. Dan mereka hanya membeli Lobster yang dibekukan, yaitu Lobster yang cacat atau mati, karena harga lobster yang lebih murah yaitu setengah dari harga Lobster segar. Tetapi ada pengumpul TPI yang tidak mengirimkan hasil tangkapan Lobster langsung ke Eksportir, mereka mendistribusikan hasil tangkapan Lobster dari TPI ke pengumpul lokal TPI yang lain, hal ini dikarenakan mereka belum berani menjual hasil tangkapan Lobster ke Eksportir secara langsung, dan biaya yang dibutuhkan untuk pengiriman lebih besar serta resiko yang ditanggung juga lebih besar.

Bentuk saluran distribusi pemasaran hasil tangkapan Lobster (*Panulirus sp*) di TPI Kabupaten Gunungkidul:

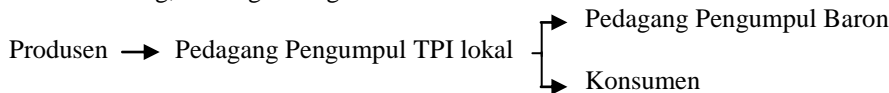
- a. TPI Sadeng, TPI Siung, TPI Drini, TPI Baron dan TPI Ngrenehan



- b. TPI Nampu



- c. TPI Gesing, TPI Ngandong



**Analisis Pemasaran**

**Margin Pemasaran**

Margin pemasaran terdiri dari 2 komponen yaitu biaya pemasaran dan keuntungan. Margin pemasaran dihitung setiap kilogram produk tersebut. Biaya pemasaran tinggi dikarenakan biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran lobster mahal. Biaya pemasaran terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan dan biaya tenaga kerja. Biaya variabel terdiri dari biaya untuk membeli lobster, transportasi, biaya retribusi dan listrik.

Tabel 9. Perbandingan Total Biaya, Total Keuntungan dan Margin Pemasaran se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Saluran Pemasaran	Jenis Lobster	Keterangan	Maksimum	Minimum
Saluran I	Batu	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	9.375	2.888
	Pasir		11.339	4.700
Saluran II	Batu	(Rp/Kg)	18.595	8.690
	Pasir		38.614	11.461
Saluran I	Batu	Keuntungan (Rp/Kg)	16.708	10.625
	Pasir		17.072	13.584
Saluran II	Batu	(Rp/Kg)	41.309	37.494
	Pasir		38.539	14.152
Saluran I	Batu	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	20.000	15.000
	Pasir		20.000	25.000
Saluran II	Batu	(Rp/Kg)	50.000	50.000
	Pasir		50.000	50.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2013

Margin pemasaran untuk saluran pemasaran pertama yang tinggi yaitu TPI Sadeng, TPI Drini dan TPI Gesing. Sedangkan untuk saluran kedua semua margin pemasaran sama yaitu Rp. 50.000,-. Margin pemasaran saluran pertama tinggi, disebabkan pedagang pengumpul ingin mendapatkan keuntungan yang besar, jadi biaya pemasaran yang dikeluarkan tidak sebanding dengan margin yang didapatkan. Saluran kedua untuk semua TPI sama, hal ini dikarenakan terjadi pasar persaingan sempurna di TPI Gunungkidul, yaitu pedagang pengumpul yang baru mengikuti sistem pemasaran pedagang pengumpul lama, selain itu produk yang dijual di TPI Gunungkidul homogen yaitu lobster. Selain hal tersebut rincian biaya pengeluaran untuk masing – masing TPI hampir sama.

**Farmer's Share**

*Farmer's share* adalah bagian yang diterima nelayan produsen, semakin besar *farmer's share* dan semakin kecil margin pemasaran maka dapat dikatakan suatu saluran pemasaran berjalan secara efisien.

Tabel 10. Hasil nilai *farmer's share* di setiap TPI

TPI	Jenis Lobster	Nilai <i>farmer's share</i>
Sadeng	Batu	83,33%
	Pasir	83,33%
Siung	Batu	83,33%
	Pasir	85,71%
Drini	Batu	80,00%
	Pasir	83,33%
Baron	Batu	87,50%
	Pasir	83,33%
Ngrehan	Batu	83,33%
	Pasir	83,33%
Gesing	Batu	83,33%
	Pasir	83,33%

Sumber: Hasil Penelitian, 2013.

*Farmers's share* yang paling besar yaitu pada lobster batu di TPI Baron yaitu sebesar 87,5% hal ini disebabkan nilai margin pemasaran yang paling rendah yaitu Rp. 15.000,-. Seperti yang disebutkan oleh Natalis (2013) yaitu besar kecilnya *farmer's share* dipengaruhi oleh besar kecilnya margin pemasaran, karena semakin rendah margin pemasaran dan semakin besar bagian yang diterima oleh petani maka pemasaran tersebut sudah efisien. Berdasarkan hasil tersebut semua TPI memiliki nilai *farmer's share* > 50%, berdasarkan teori dikatakan bahwa apabila *farmer's share* > 50% maka sudah dianggap efisien.

**Efisiensi Pemasaran**

Analisis terhadap efisiensi pemasaran suatu komoditi sangatlah penting, termasuk pemasaran lobster. Untuk mendapatkan saluran distribusi pemasaran yang paling efisien, harus dilihat saluran mana yang memiliki biaya-biaya pemasaran yang paling minimal.



Tabel 11. Perbandingan Efisiensi Pemasaran se-TPI Kabupaten Gunungkidul

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran/Musim	Jenis Lobster	Maksimum	Minimum
Nelayan	Paceklik	Batu	0,82	0,71
		Pasir	0,63	0,50
	Biasa	Batu	0,96	0,28
		Pasir	0,70	0,34
	Puncak	Batu	0,31	0,14
		Pasir	0,84	0,35
Pedagang Pengumpul	Saluran I	Batu	0,12	0,03
		Pasir	0,09	0,04
	Saluran II	Batu	0,07	0,02
		Pasir	0,11	0,03

Sumber: Hasil Penelitian, 2013.

Nilai efisiensi yang didapatkan untuk pedagang pengumpul paling rendah adalah pedagang pengumpul pada saluran pemasaran kedua jenis lobster batu yaitu TPI Ngrehenan. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan sedikit dan nilai produk tinggi, sehingga pemasaran tersebut efisien. Hasil efisiensi untuk semua lembaga pemasaran dan untuk semua jenis lobster di TPI Gunungkidul yaitu < 1 hal ini berarti efisien, untuk TPI paling efisien di Kabupaten Gunungkidul yaitu TPI Ngrehenan dikarenakan nilai efisien menunjukkan bahwa sebagian besar lebih rendah dibandingkan TPI lain. Semakin rendah TPI tersebut maka semakin efisien pemasarannya.

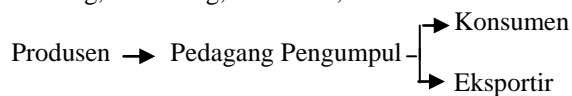
## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini dapat diperoleh beberapa kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Bentuk saluran distribusi pemasaran hasil tangkapan Lobster (*Panulirus sp*) di TPI Se - Kabupaten Gunungkidul:

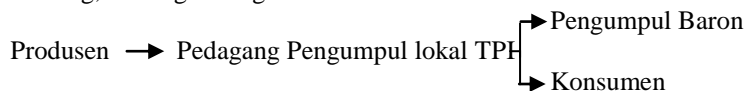
- a. TPI Sadeng, TPI Siung, TPI Drini, TPI Baron dan TPI Ngrehenan



- b. TPI Nampu



- c. TPI Gesing, TPI Ngandong



2. Margin pemasaran untuk saluran kedua di TPI-TPI Gunungkidul relatif sama yaitu Rp.50.000,-/kg. Margin pemasaran untuk saluran pertama TPI Sadeng, TPI Drini, TPI Gesing yaitu Lobster batu sebesar Rp.20.000,-/kg dan Lobster pasir sebesar Rp. 25.000,-/kg. TPI Siung yaitu Lobster batu sebesar Rp.20.000,-/kg dan Lobster pasir sebesar Rp. 20.000,-/kg. TPI Baron, TPI Ngrehenan yaitu Lobster batu sebesar Rp.15.000,-/kg dan Lobster pasir sebesar Rp. 25.000,-/kg.
3. Saluran yang paling efisien yaitu saluran kedua, dimana nilai efisiensi saluran kedua lebih kecil dibandingkan nilai efisiensi saluran pertama.

### Saran

Saran yang dapat diberikan untuk kegiatan pemasaran Lobster (*Panulirus sp*) adalah untuk pengembangan usaha pemasaran Lobster (*Panulirus sp*) yang lebih efisien, maka disarankan kepada para pelaku pemasaran untuk memilih saluran kedua, hal ini dikarenakan mutu lobster yang dijual lebih bagus yaitu lobster yang masih segar dan tidak cacat, serta pemasarannya di kirim ke Jakarta untuk di ekspor sehingga margin dan keuntungan yang didapat lebih besar dibandingkan saluran pertama yang hanya menjual lobster beku. Lobster beku yaitu lobster yang cacat atau mati dan hanya memiliki harga setengah dari harga lobster segar, dan pemasaran lobster beku hanya dijual di konsumen lokal saja.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Dewayanti, Noviana Citra. 2003. Analisis Pemasaran Ikan Laut Segar di Kabupaten Cilacap. [Skripsi]. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Dinas Kelautan dan Perikanan. 2012. Profil Kelautan dan Perikanan Kabupaten Gunungkidul. Gunungkidul.
- Hermansyah, Aji Putra. 2013. Perbandingan Analisis Finansial Usaha Penangkapan Payang Rumpon dan Payang Lampu di Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Tawang Kabupaten Kendal. [Skripsi]. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Junaidi, M.,N. Cokrowati dan Z. Abidin. 2010. Aspek Reproduksi Lobster (*Panulirus sp.*) di Perairan Teluk Ekas Pulau Lombok. Vol 3: No 1. Hlm 29-36.
- Muhlishiin, Imam. 2011. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang. [Skripsi].
- Natalis, Doni A, Mohamad Harisudin dan R. Kunto. 2013. Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Klaten. UNS. Vol 1: No 2. Hlm 1-7.
- Rasuli, Nur., Muh. Amir Saade dan Kartika Ekasari. 2007. Analisis Margin Pemasaran Telur Itik di Kelurahan Borongloe, Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa. Vol 3: No 1. Hlm 36 – 43.
- Supriatna, Ade. 2010. Analisis Pemasaran Mangga “Gedong Gincu” (Studi Kasus di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat). Vol 14: No 2. Hlm 97 – 113.
- Susetyo, Joko., Titin Isna Oes dan Suyasning Hastiko. 2008. Prevalensi Keluhan Subyektif atau Kelelahan karena Sikap Kerja yang Tidak Ergonomis pada Pengrajin Perak. Vol 1: No 2. Hlm 141 – 149.