

ANALISIS KELEMBAGAAN PEMASARAN DAN MARGIN TATANIAGA HASIL PERIKANAN TANGKAP

(Kasus di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, Riau)

Oleh

Lamun Bathara¹Hazmi Arief²,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lembaga pemasaran dan margin pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan di Desa Buluh Cina. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara sensus. Dari Hasil penelitian diketahui bahwa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan ikan hasil tangkapan adalah pedagang pengumpul lokal dan luar daerah, pedagang pengecer lokal dan pedagang pengecer luar daerah. Pola koordinasi antara lembaga pemasaran dengan petani ikan terjalin kerjasama bisnis. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai untuk pedagang pengumpul dari luar daerah dan secara cicilan untuk pengumpul lokal.

Hasil analisis pada masing-masing kelembagaan pemasaran ikan hasil tangkapan diperoleh bahwa margin tataniaga ikan hasil tangkapan marketing marjin terendah adalah pemasaran untuk daerah lokal Kampar yaitu sebesar 34,52% untuk ikan Baung, Tapah, Selais dan 23,57 % untuk ikan motan dan Pantau sedangkan untuk marketing marjin tertinggi adalah pemasaran untuk daerah Pekanbaru yaitu sebesar 53,72% untuk ikan Baung, 47,52% untuk ikan Tapah dan selais dan 29,78% untuk ikan Motan dan pantau.

Kata Kunci: Pemasaran, Harga, Ikan Hasil tangkapan, Keuntungan, Kelembagaan

ABTRACT

This study aims to analyze the marketing agencies and marketing margins fish caught Reed fishing village of China. The method used in this study is a survey method. Determination of the respondents in this study conducted a census. From the results it is known that marketing agencies are involved in marketing the fish was local and foreign traders daerah, local retailers and retailers outside the area. The pattern of coordination between marketing agencies with fish farmers established business cooperation. Made by cash payment system for traders from outside the region and in installments for local collectors. The results of the analysis on each of the institutional marketing of the fish was found that the margin trading system the fish marketing marketing margin is the lowest for Kampar local area that is equal to 34.52% for fish Baung, Tapah, slice and 23.57% for fish MOTAN and Trends whereas for the highest margin marketing is marketing to Pekanbaru area that is equal to 53.72% for fish Baung, 47.52% for the fish and slice Tapah and 29.78% for fish MOTAN and monitored.

Keywords: Marketing, Pricing, fish catch, Advantage, Institutional



PENDAHULUAN

Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Propinsi Riau yang memiliki luas wilayah $\pm 10.983,46 \text{ Km}^2$ atau $\pm 11,62 \%$ dari luas keseluruhan provinsi Riau, dan juga merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi perikanan yang sangat besar di Riau. Ini dapat dilihat dari potensi untuk lahan perairan umum yang dimiliki sebesar $\pm 28.908 \text{ Ha}$ yang terdiri dari danau 19.663 Ha , rawa-rawa 312 Ha dan sisanya sungai 6.125 Ha dengan total produksi sebesar 8.700 ton per tahun (Dinas Perikanan Kampar, 2011).

Kabupaten Kampar merupakan daerah yang banyak melakukan usaha di bidang perikanan. Kegiatan usaha perikanan yang ada di Kabupaten Kampar secara umum adalah penangkapan ikan, budidaya ikan dalam kolam, budidaya ikan dalam keramba, pembuatan pakan, pembenihan ikan, penanganan pasca panen dengan melaksanakan diversifikasi dan pengolahan hasil produksi perikanan (Dinas Perikanan Kabupaten Kampar Tahun 2008).

Kecamatan Siak Hulu termasuk salah satu kecamatan di Kabupaten Kampar yang memiliki potensi perikanan cukup bagus terutama perikanan tangkap dan budidaya ikan dalam kolam maupun keramba. Selanjutnya dalam pemasaran ikan hasil tangkapan dari Kecamatan Kampar Kiri Hulu melalui beberapa pedagang perantara sehingga rantai pemasaran semakin panjang dan biaya pemasaran yang dikeluarkan menjadi tinggi. Hasil tangkapan nelayan dibeli oleh pedagang pengumpul dari daerah setempat dan Kota Pekanbaru namun jangkauan pemasarannya masih sangat terbatas, umumnya hanya menjangkau pasar lokal. Dalam hal ini harus bisa menjangkau pasar luar daerah karena terkadang ikan hasil tangkapan yang didapat tidak sanggup dibeli oleh masyarakat daerah setempat, oleh karena itu dibutuhkan daerah pemasaran baru pasar-pasar antar daerah dalam Propinsi Riau maupun luar Propinsi.

Salah satu daerah di kabupaten Kampar yang memiliki potensi perikanan Tangkap yaitu Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Khusus untuk perikanan tangkap perairan umum di Desa Buluh Cina, jenis ikan yang tangkap adalah ikan Kelelak (*Leptobarbus hoeveni*), Baung, Tapah, Toman, dan ikan-ikan kecil. Perhatian pemerintah dalam mengembangkan perikanan di daerah ini dalam rangka meningkatkan produksi perikanan di Kabupaten Kampar. Peningkatan produksi tidak dibarengi dengan peningkatan pendapatan masyarakat yang melakukan kegiatan dibidang perikanan juga menjadi masalah. Untuk itu diperlukan penelitian dalam hal analisis kelembagaan pemasaran dan margin tataniaga hasil perikanan tangkap di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

Di Desa Buluh Cina saat ini jumlah Nelayan yang masih menangkap ikan di perairan umum adalah berjumlah 15 orang. Keterbatasan Armada dan alat tangkap serta semakin sempitnya area penangkapan membuat nelayan kesulitan dalam menangkap ikan. Dengan kondisi ini yang menjadikan harga jual ikan hasil tangkapan untuk perairan umum menjadi tinggi selain faktor lain yang mempengaruhi yaitu permainan pedagang pengumpul. Harga ikan yang dipasarkan dari Desa Buluh Cina kekonsumen memiliki perbedaan tingkat harga mulai dari produsen (Nelayan Penangkap) sampai ke pedagang pengecer, dengan adanya perbedaan harga ikan terdapat perbedaan harga tingkat pengecer sehingga margin pemasaran juga berbeda. Nelayan menjual hasil tangkapan kepada pedagang pengumpul dikarenakan nelayan tidak sanggup menjual hasil tangkapannya kepada pedagang pengecer atau konsumen langsung, dan ikan tersebut dibeli oleh pedagang pengecer ke pengumpul di Desa

Buluh Cina dan biasanya pedagang pengecer menjualnya disekitar pasar ikan di Kota Pekanbaru.

Variable untuk menentukan margin pemasaran adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh pedagang untuk membeli produk (nilai beli), volume produk yang dipasarkan dan jumlah uang yang ditetapkan oleh pedagang (nilai jual) oleh kelayan sebagai produsen ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan sampai kekonsumen. Dimana daerah tujuan ikan hasil tangkapan dari desa Buluh Cina ini sampai ke Kota Pekanbaru tidak hanya untuk pasar lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam menyalurkan atau mendistribusikan ikan hasil tangkapan ke daerah tujuan (konsumen), biaya pemasaran yang dikeluarkan lembaga pemasaran, tingkat keuntungan (profit margin) yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran, marketing margin. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi bagi lembaga pemasaran dan sumbangan pemikiran terhadap pembangunan perikanan yang menyangkut pengembangan pemasaran dengan memanfaatkan potensi daerah pada masa akan datang.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 1 April - 25 April 2012, bertempat di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survey, dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek di lapangan melalui wawancara langsung dengan responden yang berpedoman pada kuisisioner yang telah disediakan.

Penentuan Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah Nelayan, Pedagang yang mengambil ikan di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Adapun jumlah populasi Nelayan sebanyak 15 orang, dengan pengambilan responden dilakukan secara sensus. Sedangkan untuk pedagang ikan ditentukan dengan menelusuri saluran pemasan ikan hasil tangkapan.

Analisis data

Analisis kelembagaan pemasaran ikan hasil tangkapan ini dilakukan dengan melihat variabel pola koordinasi antara kelembagaan petani dengan kelembagaan pemasaran yang terlibat dengan metode penelusuran dari produsen (Nelayan), pedagang pengumpul (pedagang perantara) dan pedagang pengecer, baik yang berada di desa, di luar desa (kota Kecamatan dan Kabupaten serta propinsi)

Kajian terhadap pola koordinasi dalam pemasaran ikan hasil tangkapan dianalisis juga melalui keuntungan pemasaran antar setiap lembaga pemasaran dengan mengamati variabel margin pemasaran dan variabel biaya pemasaran serta biaya transaksi pada setiap

kelembagaan pemasaran. Untuk menghitung margin pemasaran digunakan formula sebagai berikut (AZZAINO, 1981):

$$Mi = Pri - Pfi - 1$$

dimana:

Mi = Margin pemasaran pada setiap kelembagaan pemasaran.
Pri = Harga yang diterima oleh lembaga pemasaran yang lebih akhir.
Pfi-1 = Harga yang diterima oleh lembaga sebelumnya.

Dengan demikian untuk menghitung keuntungan pada setiap kelembagaan pemasaran digunakan formula sebagai berikut:

$$KLP = Mi - Bp - Bt$$

dimana:

KLP = Keuntungan pada setiap kelembagaan pemasaran
Mi = Margin pemasaran pada setiap kelembagaan pemasaran
Bp = Biaya pemasaran pada setiap kelembagaan pemasaran
Bt = Biaya transaksi (biaya negosiasi dan lainnya) pada setiap kelembagaan pemasaran.



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteritik Nelayan Tangkap ikan Desa Buluh Cina

Ada lima belas nelayan penangkap ikan di desa Buluh Cina yang menangkap ikan di perairan umum yang berada pada wilayah sekitar desa tersebut. Berikut gambaran keadaan nelayan penangkap ikan di desa Buluh Cina dilihat dari segi umur, pendidikan, tanggungan keluarga, dan pengalamannya berusaha (Tabel 1).

Tabel 1. Karakteritik Nelayan Penangkap Ikan Dilihat Dari Umur, Pendidikan, Tanggungan Keluarga, dan Pengalaman Berusaha.

No.	Nama Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan	Tanggungan Keluarga (jiwa)	Pengalaman Berusaha (Tahun)
1	Ujang	56	SMA	5	13
2	Saiful	29	SLTP	2	3
3	Syawal	45	SLTP	6	11
4	Parman	45	SLTP	2	3
5	Ridar	46	SLTP	4	7
6	Fahrul	35	SD	5	10
7	Abu hashim	31	SLTP	4	9
8	Miswan	27	SMA	2	9
9	Jamalis	30	SLTP	2	10
10	Heru	42	SD	4	7
11	Basrizal	29	SMA	6	6
12	Minun	51	SLTP	3	5
13	Rafaaii	47	SMA	3	7
14	Ramli	39	SMA	4	8
15	Feri putra	43	SLTP	2	4
	Rata-rata	39		4	7,5

Pada tabel terlihat nelayan penangkap ikan di desa Buluh Cina berumur antara 27 tahun hingga berumur 51 tahun dengan tingkat pendidikan tamat Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). Pengalaman-pengalaman berusaha bagi nelayan tangkap dibidang cukup lama rata-rata 7,5 tahun, bahkan ada yang sudah 13 tahun menangkap ikan.

2. Lembaga Pemasaran

Hanafiah dan Saefuddin (1983) mengemukakan bahwa lembaga pemasaran adalah bada-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga dimana barang-barang bergerak dari produsen ke konsumen. Ke dalam istilah lembaga pemasaran ini termasuk golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa.

Jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan ikan Kelemak dari desa Buluh Cina Kecamatan Kampar sebanyak 3 lembaga yaitu: Nelayan Tangkap (produsen), pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer.

2.1.Nelayan Tangkap (Produsen)

Nelayan tangkap di Desa Buluh Cina selain menangkap ikan di perairan umum , ada juga yang memelihara ikan lain seperti ikan kelemak, ikan nila, baung dan bawal. Dimana nelayan ikan yang ada pada Desa Buluh Cina menangkap ikan dalam tiap bulannya selalu berdasarkan atas kondisi perairan (banjir, surut) namun jenis ikan yang paling dominan tertangkap adalah ikan baung dan ikan motan dimana dari 15 orang nelayan tangkap dapat dirata-ratakan bahwa dalam tiap bulannya jumlah ikan baung yang tertangkap (produksi) yaitu : 83,4 kg/bln dan untuk ikan motan yaitu : 106,5 kg/bulan

Dalam menjual hasil produksi, masing-masing Nelayan tangkap menjual dengan harga yang sama untuk jenis ikan Baung dan Motan yaitu dijual dengan harga Rp.50.000/kg untuk ikan Baung dan harga Rp. 25.000/kg untuk ikan Motan dan hal ini juga didasarkan atas besar dan berat ikan yang tertangkap. (tabel 1.)



Tabel 1. Jumlah Produksi Tangkapan, Harga Jual Ikan, dan Nilai Hasil Produksi Masing-Masing Nelayan berdasarkan ikan yang paling banyak ditangkap (Baung dan Motan) di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Perbulan Tahun 2012

Nomor Responden	Alat Tangkap	Jumlah Ikan hasil Tangkapan	Jumlah Tangkapan Baung (kg/Tanngkapan/bln)	Jumlah Tangkapan Tapah (kg/Tanngkapan/bln)	Jumlah Tangkapan Selais (kg/Tanngkapan/bln)	Jumlah Tangkapan Pantau (kg/Tanngkapan/bln)	Jumlah Tangkapan Motan (kg/Tanngkapan/bln)	Harga Jual Ikan Baung (Rp/Kg)	Harga Jual Ikan Tapah (Rp/Kg)	Harga Jual Ikan Selais (Rp/Kg)	Harga Jual Ikan Pantau (Rp/Kg)	Harga Jual Ikan Motan (Rp/Kg)	Nilai Hasil Tangkapan Baung (Rp/bln)	Nilai Hasil Tangkapan Tapah (Rp/bln)	Nilai Hasil Tangkapan Selais (Rp/bln)	Nilai Hasil Tangkapan Pantau (Rp/bln)	Nilai Hasil Tangkapan Motan (Rp/bln)
1	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	123	56	41	123	154	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	6.150.000	3.360.000	2.050.000	3.690.000	3.850.000
2	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	154	67	36	111	143	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	7.700.000	4.020.000	1.800.000	3.330.000	3.575.000
3	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	98	43	32	98	78	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	4.900.000	2.580.000	1.600.000	2.940.000	1.950.000
4	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	76	78	35	67	98	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	3.800.000	4.680.000	1.750.000	2.010.000	2.450.000
5	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	81	90	40	52	47	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	4.050.000	5.400.000	2.000.000	1.560.000	1.175.000
6	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	65	53	38	34	134	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	3.250.000	3.180.000	1.900.000	1.020.000	3.350.000



7	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	55	46	44	47	122	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	2.750.000	2.760.000	2.200.000	1.410.000	3.050.000
8	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	62	31	80	55	158	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	3.100.000	1.860.000	4.000.000	1.650.000	3.950.000
9	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	110	55	79	58	112	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	5.500.000	3.300.000	3.950.000	1.740.000	2.800.000
10	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	98	32	58	61	143	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	4.900.000	1.920.000	2.900.000	1.830.000	3.575.000
11	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	73	23	61	29	129	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	3.650.000	1.380.000	3.050.000	870.000	3.225.000
12	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	41	41	57	40	76	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	2.050.000	2.460.000	2.850.000	1.200.000	1.900.000
13	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	50	87	27	55	68	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	2.500.000	5.220.000	1.350.000	1.650.000	1.700.000
14	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	90	71	33	33	55	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	4.500.000	4.260.000	1.650.000	990.000	1.375.000
15	Jaring, Jala	Baung, Motan, Tapah, Selais dan Pantau	75	50	42	37	81	50.000	60.000	50.000	30.000	25.000	3.750.000	3.000.000	2.100.000	1.110.000	2.025.000
Jumlah			1.251	823	703	900	1.598	750.000	900.000	750.000	450.000	375.000	62.550.000	49.380.000	35.150.000	27.000.000	39.950.000

Sumber: Data Primer



Jumlah hasil tangkapan untuk setiap nelayan berbeda-beda tergantung armada dan jumlah alat tangkap yang digunakan, jumlah produksi hasil tangkapan pada ikan baung, tapah, selais, pantau dan motan terbanyak yaitu 154 kg, dengan nilai hasil produksi sebesar Rp.7.700.000.

Jenis ikan yang tertangkap di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu terdiri dari beberapa jenis ikan diantaranya ikan baung, Motan, Tapah, selais, motan dan ikan kecil lainnya, dalam hal ini ikan yang paling sering tertangkap dengan alat tangkap yang digunakan adalah ikan Baung, tapah, selais, pantau dan Motan.

2.2. Pedagang Pengumpul

Berdasarkan hasil penelusuran pemasaran ikan hasil tangkapan di desa Buluh Cina diketahui bahwa peran pedagang pengumpul dalam memasarkan ikan sangat besar sekali. Pedagang pengumpul yang menjual ikan hasil tangkapan dari desa Buluh Cina terdiri dari pedagang pengumpul lokal dan pedagang pengumpul luar daerah. Pedagang pengumpul lokal akan menjual ikannya kepada pedagang pengecer luar daerah Kecamatan Siak Hulu kabupaten Kampar. Sedangkan pedagang pengumpul luar daerah akan menjual ikannya kepada pedagang pengecer Pekanbaru dan dijual ke pasar-pasar daerah tujuan tersebut. Pedagang pengumpul ini datang langsung ke daerah produsen pada saat nelayan selesai menangkap ikan. Bahkan rata-rata pedagang pengumpul sudah memesan ikan sebelum ditangkap.

Persentase volume penjualan ikan hasil tangkapan dari masing-masing pedagang pengumpul berbeda. Persentase jumlah pembelian pedagang pengumpul luar daerah lebih banyak dibanding persentase jumlah ikan yang dijual oleh pedagang pengumpul dalam daerah. Menurut hasil wawancara dengan pengumpul luar daerah, banyaknya volume produksi yang mereka bawa adalah untuk menekan ongkos transportasi. Biasanya mereka menggunakan kendaraan roda dua dan mobil pick up untuk mengangkut ikan hasil tangkapan dari daerah produsen ke daerah konsumen.

2.3. Pedagang Pengecer

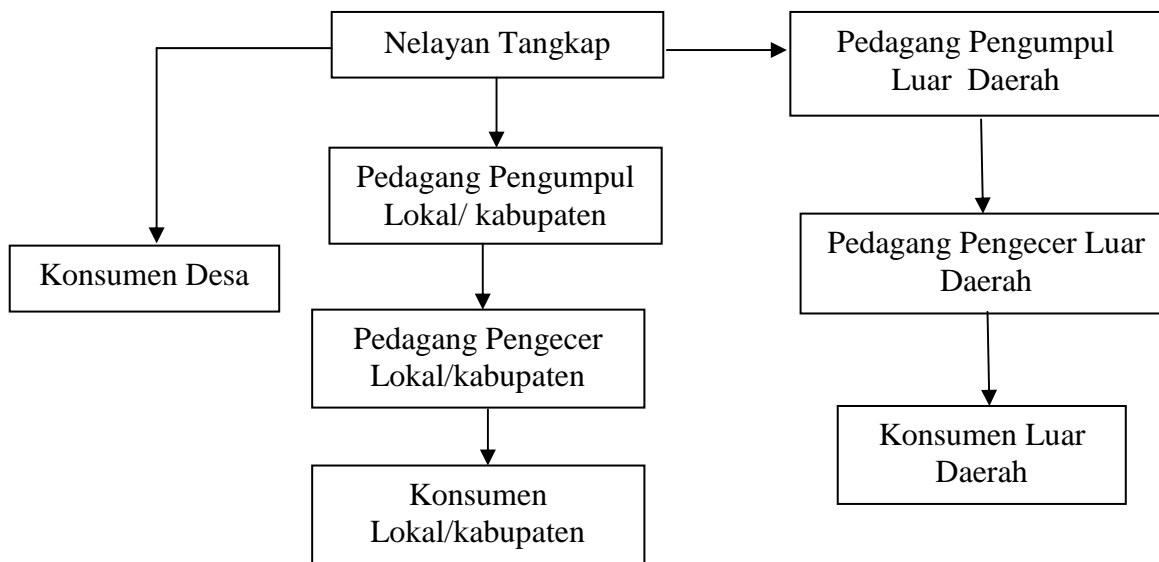
Pedagang pengecer ikan merupakan pedagang yang langsung menjual ikannya ke konsumen. Pedagang pengecer ini terdapat di pasar-pasar daerah tujuan pemasaran ikan hasil tangkapan dari nelayan desa Buluh Cina. Untuk daerah Kecamatan Siak Hulu dan Kota Pekanbaru.

3. Rantai Pemasaran ikan hasil tangkapan

Pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli untuk melakukan transaksi. Transaksi bisa terjadi ditempat produsen, dan dapat pula terjadi ditempat konsumen. Bila transaksi terjadi ditempat produsen, maka pasarnya dinamakan pasar produsen atau pasar ditingkat produsen, tapi bila transaksinya terjadi di tempat konsumen, maka pasarnya dinamakan pasar konsumen atau pasar ditingkat konsumen. Di dalam setiap usaha, pemasaran adalah hal yang paling penting. Menurut Downey dan Erickson (1992) pemasaran merupakan proses yang mengakibatkan aliran produksi dari produsen ke konsumen. Pemasaran dalam suatu usaha meliputi rantai /saluran pemasaran dan harga.

Untuk Pemasaran Pemasaran ikan hasil tangkapan di Desa Buluh Cina cukup lancar

dan saluran tataniaganya tidak terlalu panjang. Hubungan antar lembaga pemasaran di Desa Buluh Cina ini juga merupakan hubungan bisnis saja. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, untuk pemasaran ikan hasil tangkapan para pedagang pengumpul yang datang ke lokasi nelayan untuk membeli ikan, sehingga nelayan tidak mengalami kesulitan dalam proses memasarkan ikan hasil tangkapan mereka. Untuk mengetahui lebih jelas saluran pemasaran ikan hasil tangkapan dari desa Buluh Cina dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Jalur Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan di Desa Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar

Pada Gambar 1. Terlihat bahwa terdapat 3 saluran pemasaran ikan hasil budidaya dalam keramba di Desa Buluh Cina dari tangan produsen hingga konsumen. Pada saluran pertama, produsen /Nelayan tangkap, menjual hasil tangkapan langsung ke konsumen di desa yang memerlukannya. Jumlah yang dijual langsung ke konsumen desa hanya sedikit untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun ada juga untuk memenuhi kebutuhan pesta dan acara lainnya. Penjualan langsung ke konsumen ini tidak rutin dilakukan. Mereka menjual apabila ada penduduk desa yang ingin membeli dan langsung datang ke nelayan untuk membelinya.

Saluran kedua petani ikan menjual kepada pedagang pengumpul lokal (toke). Dalam hal ini pedagang pengumpul datang langsung ke lokasi nelayan penangkap untuk membeli ikan yang telah ditangkap, dan memasarkannya langsung ke pasar-pasar setempat/konsumen lokal.

Saluran ketiga, lebih panjang dibandingkan dengan rantai pemasaran pertama. Pada saluran ini petani ikan terlebih dahulu menjual ikan hasil tangkapannya kepada pedagang pengumpul (toke) dari luar daerah seperti Pekanbaru. Dalam hal ini pedagang pengumpul dari luar daerah juga datang ke lokasi Nelayan untuk membeli ikan. Kemudian pedagang pengumpul luar daerah menjualnya kepada pedagang pengecer luar daerah, untuk selanjutnya dipasarkan ketangan konsumen luar daerah.

Harga merupakan hal penting untuk diperhitungkan baik oleh penjual maupun pembeli. Bagi penjual harga menentukan pendapatan dan keuntungan yang akan diperolehnya sedangkan bagi pembeli harga dapat menentukan pengeluaran dari

pendapatannya. Ikan yang dijual kepada pedagang pengumpul adalah ikan hasil tangkapan dalam keadaan hidup, dengan harga jual Rp. 50.000/Kg untuk ikan baung dan Rp.25.000/kg untuk ikan motan sesuai yang ditetapkan oleh para nelayan.

3.1. Pembentukan Harga

Harga yang diberikan oleh para petani ikan di Desa Buluh Cina berpatokkan pada waktu atau musim ikan apabila pada waktu musim tidak ada ikan atau pada lokasi perairan terjadi banjir harga ikan mengalami kenaikan hingga mencapai Rp.55.000/kg untuk ikan Baung, Rp 65.000 untuk ikan tapah, Rp. 35.000 untuk ikan pantau, Rp.55.000/kg untuk ikan selais dan Rp.35.000 untuk ikan Motan, sedangkan jika lagi kondisi perairan stabil atau musim ikan maka harga yang normal yaitu Rp.50.000/Kg untuk ikan Baung dan selais, Rp.60.000 untuk ikan tapah, Rp. 30.000/kg untuk ikan pantau dan Rp.25.000/kg untuk ikan Motan.

3.2. Sistem Pembayaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Buluh Cina diketahui terdapat dua sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul kepada Nelayan (produsen) ikan hasil tangkapan yakni sistem pembayaran secara tunai dan secara cicilan.

Sistem pembayaran secara tunai biasanya dilakukan oleh pedagang pengumpul yang bukan merupakan pelanggan tetap para petani ikan di desa ini, sedangkan sistem pembayaran secara cicilan biasanya dilakukan oleh pedagang pengumpul yang sudah lama menjadi pelanggan tetap para petani di Desa Buluh Cina, dengan cara membayar separuh dari biaya keseluruhan hasil tangkapan, dan sisanya dibayar seminggu setelah pedagang pengumpul tersebut mengambil ikan hasil tangkapan kepada nelayan (produsen).

4. Marjin Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan

Marjin tataniaga terdiri atas biaya tataniaga dan keuntungan lembaga tataniaga yang terlibat dalam transaksi. Setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran ikan hasil tangkapan memperoleh keuntungan (margin) yang berbeda disebabkan karena perbedaan harga beli, harga jual dan biaya tataniaga. Margin tataniaga yang dianalisis dalam penelitian ini dibedakan menurut dua jenis kelembagaan tataniaga yaitu tradisional (toke/pedagang pengumpul Kecamatan) dan toke dari luar daerah. Setiap lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran ikan hasil tangkapan memperoleh keuntungan (margin) yang berbeda disebabkan karena perbedaan harga beli, harga jual dan biaya pemasaran. Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga ditingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen. Dalam pemasaran ikan kelemak, pada masing-masing lembaga pemasaran mempunyai harga yang berbeda. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 2. Harga Beli Dan Harga Jual Ikan Hasil Tangkapan (Baung, Tapah, Selais, Pantau dan Motan) di Desa Buluh Cina Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran (Rp/Kg).

No	Lembaga Pemasaran	Pasar lokal kampar (ikan Baung)		Pasar lokal kampar (ikan Tapah)		Pasar lokal kampar (ikan Selais)		Pasar lokal kampar (ikan pantau)		Pasar lokal kampar (ikan Motan)		Pekanbaru (ikan Baung)		Pekanbaru (ikan Tapah)		Pekanbaru (ikan selais)		Pekanbaru (ikan Pantau)		Pekanbaru (ikan Motan)	
		Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual	Beli	Jual
		1	Nelayan	-	50.000	-	60.000	-	50.000	-	30.000	-	25.000	-	50.000	-	60.000	-	50.000	-	30.000
2	Pedagang pengumpul	50.000	55.000	60.000	62.000	50.000	55.000	30.000	35.000	25.000	28.000	50.000	60.000	60.000	65.000	50.000	60.000	30.000	35.000	25.000	27.000
3	Pedagang pengecer	55.000	60.000	62.000	65.000	55.000	60.000	35.000	37.000	28.000	33.000	55.000	65.000	65.000	70.000	55.000	62.000	35.000	37.000	27.000	30.000

Sumber : Data Primer



Dari tabel diatas dapat dilihat nelayan menjual ikan Baung, tapah, selais, pantau dan motan dengan harga Rp.50.000/kg untuk baung, Rp. 60.000/kg untuk tapah, Rp. 50.000/kg untuk selais, Rp.30.000/kg untuk pantau dan Rp.25.000/kg untuk ikan motan kesemua pedagang pengumpul baik dalam maupun luar daerah. Untuk selanjutnya para pedagang pengumpul tersebut menjualnya kepada para pedagang pengecer dimasing-masing daerah mereka. Untuk daerah pemasaran Pekanbaru pedagang pengumpul menjualnya ke padagang pengecer dengan harga Rp.55.000/kg untuk ikan baung, Rp. 65.000/kg untuk ikan tapah, Rp. 55.000 untuk ikan selais, Rp. 35.000 untuk ikan pantau dan Rp. 30.000/kg untuk ikan motan, dan pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp.60.000/kg untuk ikan Baung, Rp. 70.000/kg untuk ikan tapah, Rp. 55.000/kg untuk ikan selais, Rp. 37.000/kg untuk ikan pantau dan Rp. 30.000 untuk ikan motan, pedagang pengumpul untuk daerah pemasaran lokal Kampar pedagang pengumpul menjualnya ke padagang pengecer dengan harga Rp.55.000/kg untuk ikan baung, Rp. 62.000/kg untuk ikan tapah, Rp. 55.000 untuk ikan selais, Rp. 35.000 untuk ikan pantau dan Rp. 28.000/kg untuk ikan motan, dan pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp.60.000/kg untuk ikan Baung, Rp. 65.000/kg untuk ikan tapah, Rp. 55.000/kg untuk ikan selais, Rp. 37.000/kg untuk ikan pantau dan Rp. 30.000 untuk ikan motan Untuk melihat marketing marjin usaha budidaya ikan kelemak dari Desa Buluh Cina ini, disajikan dalam tabel 3 dibawah ini :



Tabel 3. Marketing Marjin di Desa Buluh Cina Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran (Rp/Kg).

No	Daerah	Tingkat Harga (Ikan Baung) Rp/kg		Tingkat Harga (Ikan Tapah) Rp/kg		Tingkat Harga (Ikan Selais) Rp/kg		Tingkat Harga (Ikan Pantau) Rp/kg		Tingkat Harga (ikan Motan) Rp/kg		Market ing Marjin ikan Baung (%)	Market ing Marjin Ikan Motan (%)	Market ing Marjin ikan Tapah (%)	Marketing Marjin ikan selais (%)	Market ing Marjin ikan pantau (%)
		Produsen	Konsumen	Produsen	Konsumen	Produsen	Konsumen	Produsen	Konsumen	Produsen	Konsumen					
1	Lokal Kampar	50.000	60.000	60.000	65.000	50.000	55.000	30.000	33.000	25.000	28.000	34,52	23,57	29,78	29,78	23,57
2	Pekanbaru	50.000	65.000	60.000	70.000	50.000	60.000	30.000	35.000	25.000	30.000	53,72	29,78	47,52	47,52	29,78

Sumber : Data Primer



Dari tabel diatas dapat dilihat marketing margin terendah adalah pemasaran untuk daerah lokal Kampar yaitu sebesar 34,52% untuk ikan Baung, Tapah, Selais dan 23,57 % untuk ikan motan dan Pantau sedangkan untuk marketing margin tertinggi adalah pemasaran untuk daerah Pekanbaru yaitu sebesar 53,72% untuk ikan Baung, 47,52% untuk ikan Tapah dan selais dan 29,78% untuk ikan Motan dan pantau.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa lembaga yang terlibat dalam memasarkan ikan hasil tangkapan dari desa Buluh Cina adalah pedagang pengumpul lokal (langganan), pengumpul luar daerah, pedagang pengecer lokal dan pengecer luar daerah. Tujuan pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan di Desa Buluh Cina adalah kabupaten Kampar, Pekanbaru.

Dapat dilihat marketing margin terendah adalah pemasaran untuk daerah lokal Kampar yaitu sebesar 34,52% untuk ikan Baung, Tapah, Selais dan 23,57 % untuk ikan motan dan Pantau sedangkan untuk marketing margin tertinggi adalah pemasaran untuk daerah Pekanbaru yaitu sebesar 53,72% untuk ikan Baung, 47,52% untuk ikan Tapah dan selais dan 29,78% untuk ikan Motan dan pantau.

Masalah utama yang dihadapi nelayan tangkap adalah masih tradisonalnya alat tangkap sehingga tidak maksimalnya hasil tangkapan ikan satau produksi dalam upaya untuk memperluas jaringan pemasaran sampai keluar daerah bahkan luar propinsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Riau, 2011. *Buku Tahunan Statistik Perikanan Provinsi Riau*, Pekanbaru. Dalam www.utusanriau.com.
- Dinas Perikanan dan Kelautan Kampar, 2011. *Kajian Inventarisasi Potensi Sumberdaya Alam Kabupaten Kampar*. Dalam <http://www.kampar.co.id>.
- GITTINGER, J. PRICE. 1986. *Analisa Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian*. Edisi Kedua. Universitas Indonesia Press-Johns Hopkins. Seri Edisi Dalam Pembangunan Ekonomi. Jakarta.
- Kolter, P .2005. *Manajement Pemasaran*. Erlanga .156 hal. Jakarta.
- Rahadi, F. 1995. *Strategi Pemasaran Perikanan*. Raja Grafindo. Jakarta. 145. Hal.