

Bab 4

ANALISIS PEMASARAN IKAN ASAP SELAIS ASAL RANTAU KOPAR

Ir. Eni Yulinda, MP. dan Hendrikson Sitanggang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) untuk mengetahui alur sistem pemasaran ikan asap Selais mulai dari pengolah sampai ke tangan konsumen, dan (2) untuk mengetahui apakah sistem pemasarannya sudah efisien atau belum. Dari hasil penelusuran (pengamatan dilapangan) diketahui ada tiga saluran pemasaran untuk menyampaikan produk ikan asap Selais ke konsumen; (1) nelayan produsen langsung menjual ke konsumen, (2) nelayan produsen menjual ke pedagang pengecer, lalu kemudian pedagang pengecer menjual ke konsumen, dan (3) ikan asap Selais produksi nelayan pengolah dibeli oleh pedagang pengumpul, kemudian di jual ke pedagang besar, dan selanjutnya di jual ke pedagang pengecer, dan barulah pedagang pengecer menjualnya ke konsumen akhir. Sistem pemasaran ikan asap Selais dari produsen di Rantau Kopar sampai ke tangan konsumen Kota Pekanbaru berada dalam keadaan efisien, karena nilai fisherman share lebih besar dari nilai marketing margin.

PENDAHULUAN

Ikan Selais merupakan salah satu jenis ikan yang sangat digemari dan mempunyai nilai ekonomis tinggi. Ikan Selais dalam bentuk olahan menjadi ikan asap merupakan favorit masyarakat terutama masyarakat Riau. Salah satu daerah yang banyak menghasilkan ikan asap Selais adalah Kecamatan Rantau Kopar. Harga ikan asap Selais segar berkisar Rp 30.000 – Rp 50.000/kg, sedangkan dalam bentuk ikan asap Selais mencapai harga Rp 90.000 – Rp 120.000/kg. Karena nilai ekonomis tinggi, maka tidak mengherankan apabila ikan Selais ini diburu nelayan untuk mendapatkan manfaatnya.

Salah satu daerah melakukan penangkapan ikan Selais dan mengolahnya menjadi ikan asap Selais adalah daerah Kecamatan Rantau Kopar. Disini banyak masyarakat yang tinggal di sepanjang Sungai Rokan memanfaatkan ikan Selais ini, baik dalam bentuk segar maupun olahan untuk kegiatan menambah penghasilan mereka. Ikan asap Selais produk masyarakat pengolah Kecamatan Rantau Kopar tidak hanya dipasarkan di pasar-pasar lokal, tetapi juga dipasarkan ke pasar-pasar diluar Kecamatan Rantau Kopar bahkan sampai ke kota-kota besar. Hal ini dikarenakan tingkat permintaan akan ikan asap Selais khususnya di Provinsi Riau sangat tinggi. Ikan asap Selais yang berasal dari Kecamatan Rantau Kopar paling banyak disalurkan ke Kota Pekanbaru, dimana Kota Pekanbaru merupakan yang padat penduduknya dan permintaan akan ikan ini pun sangat tinggi.

Dalam sistem pemasaran ikan asap Selais yang dipasarkan ke luar Kecamatan Rantau Kopar melalui banyak lembaga (saluran) pemasaran yang menyebabkan harga yang diterima masyarakat pengolah jauh berbeda dengan yang dibayar oleh konsumen akhir.

Berdasarkan hal ini ada beberapa hal yang perlu dipertanyakan dan dicari jawabannya, yaitu: (1) Bagaimana sistem rantai pemasaran ikan asap Selais yang diproduksi nelayan pengolah Rantau Kopar sampai ke tujuan pasar konsumen, dan (2) Apakah sistem pemasarannya sudah efisien.

Adapun yang menjadi tujuan penelitian; (1) untuk mengetahui alur sistem pemasaran ikan asap Selais mulai dari pengolah sampai ke tangan konsumen Kota Pekanbaru, dan (2) untuk mengetahui apakah sistem pemasarannya sudah efisien atau belum.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Rantau Kopar pada bulan Juni 2011. Penelitian menggunakan metode survey dengan mengambil sampel (responden) dari populasi nelayan pengolah yang ada di Kecamatan Rantau Kopar. Jumlah populasi nelayan pengolah sebanyak 214 pengolah. Dari jumlah populasi tersebut diambil sebanyak 10% (21 pengolah) sebagai sampel responden untuk pengolah. Sedangkan untuk responden pedagang (pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) diambil secara keseluruhan kecuali pedagang pengecer. Jumlah pengumpul yang datang ke pengolah sebanyak 5 orang, pedagang besar sebanyak 3 orang, dan pedagang pengecer sebanyak 5 orang.

Data diambil dengan cara wawancara langsung ke responden, baik yang berkaitan dengan usaha pengolahan ikan asap Selais oleh pengolah, maupun yang berkaitan dengan pemasaran ikan asap Selais yang dilakukan oleh para pedagang. Untuk melengkapi data hasil penelitian diperlukan pula beberapa data yang berkaitan dengan penelitian.

Data yang terkumpul dari lapangan lalu diolah dengan proses editing terhadap data yang masuk, kemudian ditabulasikan kedalam bentuk tabel-tabel yang selanjutnya dilakukan proses analisis (analisis kualitatif dan kuantitatif) untuk dapat diambil suatu kesimpulan terhadap data yang diperoleh di lapangan.

Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran ikan asap Selais sudah efisien atau belum dilakukan uji analisis "Marketing Margin dan analisis Fisherman Share" dengan cara membandingkan antara Marketing Margin dan Fisherman Share. Apabila fisherman share > marketing margin, maka sistem pemasaran ikan asap Selais dikatakan telah efisien. Dan apabila fisherman share < marketing margin, maka sistem pemasaran ikan asap Selais dikatakan tidak efisien.

Rumus-rumus marketing margin dan fisherman share adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung Marketing Margin

$$MM = \frac{HK - HP}{HK} \times 100\%$$

Dimana: MM = Marketing Margin (%)

HK = Harga Konsumen (Rp/kg)

HP = Harga Produsen (Rp/kg)

2) Menghitung Fisherman Share

$$FS = \frac{HP}{HK} \times 100\%$$

Dimana: FS = Fisherman Share (%)

HK = Harga Konsumen (Rp/kg)

HP = Harga Produsen (Rp/kg)

3) Biaya Pemasaran

$$BP = BP_1 + BP_2 + \dots + BP_n$$

Dimana: BP = Biaya Total Pemasaran

BP (1,2,...,n) + biaya masing-masing lembaga pemasaran

4) Profit Marjin

$$PM = MM_i - BP_i$$

Dimana: PM = Profit Marjin

MM_i = Marketing majin ke i

BP_i = Biaya pemasaran ke i

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Nelayan Pengolah

Masyarakat tepi sungai yang sebagian besar merupakan masyarakat nelayan yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan masyarakat lainnya. Perbedaan ini dikarenakan keterkaitannya yang erat dengan karakteristik ekonomi, latar belakang budaya dan ketersediaan sarana dan prasarana penunjang. Pada umumnya masyarakat yang berada disepanjang pinggiran sungai mempunyai nilai budaya yang berorientasi selaras dengan alam, sehingga teknologi memanfaatkan sumberdaya alam adalah teknologi adaptif dengan kondisi wilayah tersebut.

Di Kecamatan Rantau Kopar, kehidupan sosial masyarakat nelayannya tidak berbeda jauh dengan kehidupan sosial masyarakat nelayan yang berada di pinggiran sungai yang ada di Indonesia; yaitu rendahnya tingkat pendidikan, produktivitas yang sangat tergantung pada musim, terbatasnya modal usaha, kurangnya sarana penunjang, buruknya mekanisme pasar dan lamanya tranfer teknologi dan komonikasi yang mengakibatkan pendapatan masyarakat pesisir, khususnya nelayan pengolah menjadi tidak menentu.

Jumlah nelayan di Kecamatan Rantau Kopar ada sekitar 214 jiwa nelayan. Nelayan cenderung mengolah sendiri ikan Selais tangkapannya dari pada menjualnya.

2. Pengolahan Ikan Asap Selais

Pengasapan atau penyalaiian ikan sangat populer di masyarakat Riau, bahkan Riau merupakan salah satu produsen ikan asap Selais di Indonesia. Pengasapan yang dilakukan penduduk Rantau Kopar sampai saat ini masih bersifat tradisional dalam skala rumah tangga. Nelayan penangkap beserta keluarga bertindak langsung sebagai pengolah. Pria dewasa akan turun ke perairan untuk menangkap ikan untk bahan baku pengolahan ikan,

dan ibu rumah tangga (wanita) dan anak-anak akan membantu melakukan usaha pengolahan di darat (rumah).

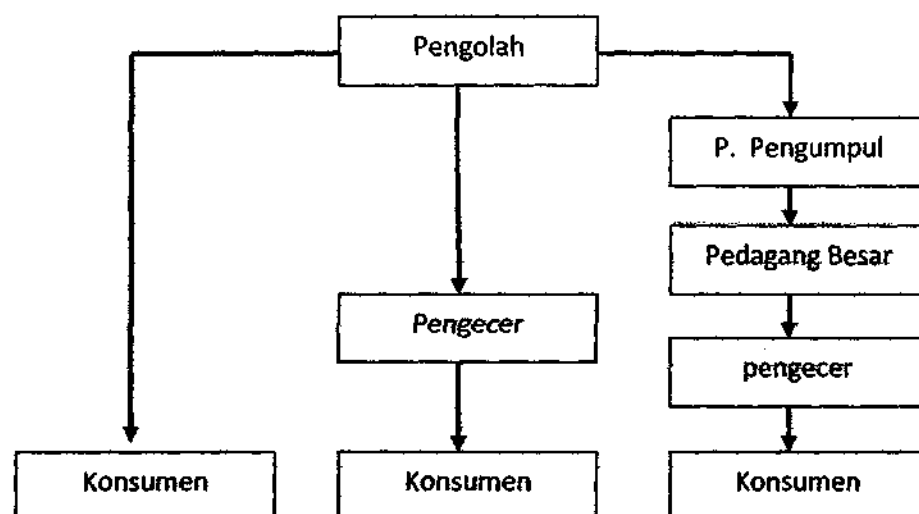
Ikan-ikan yang diolah meliputi ikan-ikan yang dianggap bernilai ekonomis diantaranya; ikan Selais (*Cryptopterus sp*), ikan Baung (*Mystus sp*), ikan Patin (*Pangasius sp*), dan ikan Lele (*Clarias sp*). Proses pengolahan dapat dijelaskan sebagai berikut; pertama kali ikan-ikan yang akan di asap disortir menurut ukuran. Setelah itu ikan-ikan berukuran besar disiangi atau dibuang isi perut, dan bagi ikan-ikan berukuran kecil tidak perlu disiangi. Setelah disiangi dan dicuci ikan-ikan ditiriskan dalam keranjang atau langsung disusun di rak-rak pengasapan. Ikan-ikan disusun menurut ukuran dan jenis. Setelah api dihidupkan, ikan-ikan yang berada dirak-rak tersebut ditutup dengan seng dari atas agar panas bisa merata dipermukaan ikan.

Bahan bakar yang digunakan untuk pengasapan menggunakan kayu yang ada disekitar tempat tinggal, seperti kayu karet dan jenis kayu lainnya. Lama proses pengasapan tergantung pada ukuran ikan-ikan yang di asap, kalau untuk ukuran ikan besar lama pengasapan mencapai 1 hari 1 malam, sedangkan untuk ukuran ikan kecil hanya memerlukan waktu kurang dari 20 jam.

3. Pemasaran Ikan Asap Selais

Ikan asap Selais asal Rantau Kopar dipasarkan ke pasar-pasar Kecamatan Mandau, Dumai, Bangkinan, dan Kota Pekanbaru. Dalam pemasaran ikan asap Selais pedagang pengumpul dari luar kecamatan langsung membeli kepada pengolah. Penimbangan dilakukan langsung oleh pedagang pengumpul yang datang ke rumah-rumah pengolah ataupun datang langsung ke tempat pelelangan yang ada di Kepenghuluan Sungai Rantau padahari pasar (Selasa dan Kamis)

Ikan asap Selais yang telah dibeli oleh pedagang pengumpul dari Duri kemudian dibawa ke Duri dan Pekanbaru untuk dijual kepada pedagang pengecer dan pedagang besar yang ada di Pekanbaru, Dumai, dan Bangkinang. Semua pedagang pengumpul berasal dari Duri (Kecamatan Mandau), tidak ada yang berasal dari Pekanbaru. Sebagian pedagang besar dari Pekanbaru ada yang langsung datang ke Duri untuk membeli ikan asap Selais dan sebagian lagi membeli ikan asap Selais dari pedagang pengumpul yang datang ke Pekanbaru. Selanjutnya pedagang besar menjual lagi ikan asap Selais kepada pedagang pengecer. Pedagang pengumpul menjual ikan asap Selais kepada pedagang besar Pekanbaru dalam bentuk paket, berat satu paket sebanyak 20 kg yang dibungkus di dalam kardus. Pasar-pasar tradisional yang banyak menjual ikan asap Selais di Pekanbaru adalah pasar Bawah dan pasar Kodim. Dari hasil pengamatan yang didapat bahwa jumlah ikan asap Selais yang dipasarkan ke Pekanbaru lebih banyak dibanding dari Kota Dumai dan Bangkinang. Hal ini dikarenakan permintaan dari konsumen di Pekanbaru lebih banyak dibanding konsumen yang ada di Dumai dan Bangkinang. Skema rantai pemasaran ikan asap Selais asal Rantau Kopar terlihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Skema Rantai Pemasaran Ikan Asap Selais Asai Rantau Kopar.

Pada gambar terlihat ada 3 (tiga) saluran pemasaran dalam menyampaikan produk ikan asap Selais ke konsumen; 1) nelayan pengolah memasarkan langsung ke konsumen terutama untuk tujuan pasar lokal, 2) nelayan pengolah menjual ke pengecer dan selanjutnya pengecer menjual ke konsumen, dan 3) ikan hasil olahan nelayan pengolah dibeli oleh pedagang pengumpul, lalu pengumpul menjual ke pedagang besar, dan selanjutnya pedagang besar mendistribusikan ke pedagang pengecer.

Jumlah ikan asap Selais yang dijual oleh nelayan pengolah, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer rata-rata perbulan dapat dilihat pada Tabel 4.1, dengan harga beli dan harga jual seperti terlihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.1. Rata-rata jumlah ikan asap Selais per bulan yang dijual oleh masing-masing lembaga pemasaran.

No.	Lembaga Pemasaran	Jumlah (Kg/bulan)
1	Nelayan Pengolah	2.568
2	Pedagang Pengumpul Duri	2.440
3	Pedagang Besar Pekanbaru	1.098
4	Pedagang Pengecer Pekanbaru	769

Tabel 4.2. Rata-rata harga jual dan beli ikan asap Selais masing-masing lembaga pemasaran.

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)
1	Nelayan Pengolah	-	90.000
2	Pedagang Pengumpul Duri	90.000	110.000
3	Pedagang Besar Pekanbaru	110.000	135.000
4	Pedagang Pengecer Pekanbaru	135.000	150.000
5	Konsumen	150.000	-

Berdasarkan data Tabel 4.2 setelah dilakukan analisis marketing margin dan analisis fisherman share didapatkan hasil sebagai mana tercantum pada Tabel 4.3. Pada tabel terlihat bahwa nilai marketing margin untuk masing-masing lembaga pemasaran tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu berbeda pula satu sama lainnya, sehingga beban yang ditanggung oleh konsumen akhir tidak terlalu tinggi untuk mendapatkan produk ikan asap Selais. Tinggi rendahnya margin yang diambil oleh setiap lembaga pemasaran tidak hanya ditentukan oleh keuntungan yang mereka harapkan tapi juga ditentukan oleh besarnya biaya-biaya yang ditimbulkan akibat proses pemasaran. Lebih lanjut berdasarkan hasil perhitungan antara fisherman share dengan marketing margin dapat diketahui bahwa sistem pemasaran ikan asap Selais asal Rantau Kopar ke tujuan pemarkan dapat dikatakan efisien, karena nilai fisherman share lebih besar dari nilai marketing margin.

Tabel 4.3. Marketing margin dan fisherman share pemasaran ikan asap Selais asal Rantau Kopar.

Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	Margin	(%)
Tingkat Produsen	90.000	-	
Pedagang Pengumpul Duri	110.000	20.000	18,18
Pedagang Besar Pekanbaru	135.000	25.000	18,51
Pedagang Pengecer	150.000	15.000	10,0
Marketing margin	$= 150.000 - 90.000 = 60.000$ (40%)		Kesimpulan
Fisherman share	$= 150.000 - 60.000 = 90.000$ (60%)		Sistem pemasaran efisien

KESIMPULAN

Kecamatan Rantau Kopar merupakan salah satu kecamatan penghasil ikan asap Selais terbesar di Kabupaten Rokan Hilir. Dalam memasarkan ikan asap Selais dari nelayan pengolah ke konsumen ada 3 (tiga) jalur saluran pemasaran: (1) dari nelayan pengolah langsung ke konsumen terutama untuk tujuan pasar lokal, (2) dari nelayan pengolah ke pengecer kemudian ke konsumen, terutama untuk tujuan pasar lokal dan sekita, dan saluran pemasaran (3) dari nelayan pengolah ke pedagang pengumpul, ke pedagang besar, ke pengecer, dan baru ke konsumen. Saluran pemasaran ke 3 ini terjadi untuk tujuan pemasaran luar kecamatan (misal untuk tujuan Kota Pekanbaru).

Berdasarkan hasil analisis marketing margin dan analisis fisherman share, sistem pemasaran ikan asap Selais asal produsen Rantau Kopar untuk tujuan pemasaran luar Rantau Kopar dapat dikatakan efisien karena nilai fisherman share lebih besar dari nilai marketing margin.

Harga jual ikan asap Selais dari produsen ke pedagang pengumpul seharga Rp 90.000/kg. Harga jual pedagang pengumpul ke pedagang besar seharga Rp 110.000/kg. Harga jual pedagang besar ke pedagang pengecer seharga Rp 135.000/kg, dan harga jual ikan asap Selais dari pedagang pengecer ke konsumen seharga Rp 150.000/kg. Marketing

margin antara nelayan pengolah hingga sampai ke konsumen akhir berkisar 40%, cukup tinggi tapi masih adil dalam sistem pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Rokan Hilir, 2009. Statistik Perikanan Tangkap Provinsi Riau.
- Gustia, N., 2000. Marketing Margin Ikan Asap Selais di Kota Pekanbaru. Skripsi Sarjana Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Riau (tidak diterbitkan).
- Hanafiah, AM dan Saefuddin, 1993. Tata Niaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press.
- Kotler, P., 2002. Manajemen Pemasaran. Prenhallindo. Salemba empat.
- Saputra, H., 2002. Analisis Marketing Margin Ikan Layang (*Decapterus ruselli*) segar dari Desa Kandang Kecamatan Selebar ke Pasar Minggu Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu. Skripsi Sarjana Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Riau. Pekanbaru.
- Warintek. Ristek.go.id.2007. ikan Asap.pangan_kesehatan/pangan/piwp/ikan_asap.
- Zikra, A., 2005. Efisiensi Pemasaran Ikan Bilis (*Mystacoleucus padangensis*) Olahan dari Kecamatan Koto Singkarak Kabupaten Solok Provinsi Sumatera Barat. Skripsi Sarjana Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Riau, Pekanbaru (tidak diterbitkan).