

JURNAL

**ANALISIS DISTRIBUSI DAN EFISIENSI PEMASARAN IKAN LAUT
SEGAR DI BANGLIAO OKI SINABOI KECAMATAN SINABOI
KABUPATEN ROKAN HILIR PROVINSI RIAU**

OLEH

RIVAI J M DEBATARAJA



**FAKULTAS PERIKANAN DAN KELAUTAN
UNIVERSITAS RIAU
PEKANBARU
2018**

**ANALISIS DISTRIBUSI DAN EFISIENSI PEMASARAN IKAN LAUT
SEGAR DI BANGLIAO OKI SINABOI KECAMATAN SINABOI
KABUPATEN ROKAN HILIR PROVINSI RIAU**

Oleh :

**Rivai J.M. Debataraja¹⁾, Eni Yulinda²⁾, Hazmi Arief²⁾
Email: rivai.j8446@student.unri.ac.id**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menganalisis bentuk saluran distribusi yang terlibat dalam pemasaran ikan laut segar di Bangliao Oki, Kecamatan Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir. Menghitung margin pemasaran yang terbentuk dari para pelaku pemasaran ikan laut segar di Bangliao Oki, Menghitung nilai efisiensi pemasaran pada tiap-tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran ikan laut segar di Bangliao Oki Kecamatan Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik Bangliao Oki, nelayan yang mendaratkan ikan di Bangliao Oki yang berjumlah 10 orang, Agen yang berjumlah 2 orang, Pedagang along-along yang berjumlah 4 orang, serta pedagang pengecer 10 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan melakukan pengamatan secara langsung kelapangan (observasi) dengan mewawancarai nelayan, Agen, pedagang pengecer dan pelaku pasar lain di Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola distribusi komoditas ikan di Bangliao Oki ditemukan 2 (dua) saluran pemasaran, Saluranpemasaran paling efisien adalah saluran Pemasaran I yang melibatkan Pedagang Pengecer, hal ini dikarenakan oleh biaya pemasaran yang dikeluarkan dan harga jual oleh pedagang pengecer lebih kecil daripada along-along. Kedua saluran pemasaran dalam penelitian ini adalah pemasaran yang efisien, hal ini dikarenakan nilai efisiensi lebih besar dari 1 (satu), Pemasaran yang paling efisien adalah pemasaran ikan cencaru pada lembaga pemasaran along-along dengan nilai efisiensi tertinggi yaitu 4,46 dan pemasaran dengan nilai efisiensi terendah yaitu terdapat pada lembaga pemasaran Agen yaitu ikan malong dengan nilai efisiensi 2,08.

Kata Kunci:Bangliao Oki, Distribusi, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran

- 1) Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau
- 2) Dosen Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

DISTRIBUTION ANALYSIS AND MARKETING EFFICIENCY OF SEA FISH IN BANGLIAO OKI SINABOI SUB DISTRICT SINABOI ROKAN HILIR REGENCY OF RIAU PROVINCE

Rivai J.M. Debataraja¹⁾, Eni Yulinda²⁾, Hazmi Arief²⁾

Email:rivai.j8446@student.unri.ac.id

This study aims to analyze the form of distribution channel involved in marketing fresh marine fish at Bangliao Oki, Sinaboi Sub District, Rokan Hilir Regwncy. Calculating marketing margins formed from the marketing of fresh marine fish at Bangliao Oki, Calculating the value of marketing efficiency at each marketing agency involved in the marketing process of fresh marine fish at Bangliao Oki Sinaboi Sub District Rokan Hilir Regency. The population in this study were the owner of Bangliao Oki, the fisherman who landed the fish in Bangliao Oki which amounted to 10 people, Agent which amounted to 2 people, 4 people along-along Traders, and 10 retailer merchants. The method used in this research is survey method by doing observation directly to the field (observation) By interviewing fishermen, Agent, retailer and other market players in Sinaboi Rokan Hilir Regency.

The results of this study indicate that the pattern of distribution of fish commodities in Bangliao Oki found 2 (two) marketing channels, The most efficient marketing channel is the Marketing I channel involving Retailers, this is due to the marketing costs incurred and the selling price by smaller retailers rather than along-along. The two marketing channels in this study are efficient marketing, this is because the efficiency value is greater than 1 (one), the most efficient marketing is the marketing of the fish cencaru at the marketing institution along-along with the highest efficiency value that is 4.46 and the marketing with value the lowest efficiency is found in Agent marketing agency that is malong fish with efficiency value 2.08.

Keywords: Bangliao Oki, Distribution, Marketing Margin, Marketing Efficiency

⁽¹⁾ *Student in Faculty of Fisheries and Marine, University of Riau*

⁽²⁾ *Lecture in Faculty of Fisheries and Marine, University of Riau*

PENDAHULUAN

Di Kepenghuluan Sinaboi terdapat beberapa Bangliao. Bangliao adalah gudang atau tempat pendaratan ikan bagi nelayan yang baru pulang melaut. Bangliao yang terdapat di kepenghulaun Sinaboi diantaranya Bangliao Oki (Thamrin), Bangliao Dafid, Bangliao Lita, Bangliao Anto/Atik, Bangliao Kok Lai, Bangliao Hendra Mantho, Bangliao Atie, dan Bangliao Tian Seng/Ayang. Namun Bangliao yang bergerak dalam produksi ikan laut segar satu-satunya adalah Bangliao Oki (Thamrin).

Setelah nelayan melakukan penangkapan ikan akan segera di jaul kepada Bangliao Oki, dan Bangliao akan memasarkan ikan tersebut sampai ke tangan konsumen. Pemasaran ikan ini tidak terlepas dari peranan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Masalah yang timbul adalah semakin banyak lembaga maka harga yang diterima nelayan semakin rendah sementara harga yang dibayar konsumen juga cukup mahal. Permasalahan hasil tangkapan tidak terlepas dari peranan lembaga pemasaran dalam menyalurkan ikan hasil tangkapan kepada konsumen. Perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima nelayan menunjukkan adanya margin pemasaran. Jika margin semakin besar maka harga yang diterima nelayan semakin rendah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk saluran distribusi yang terlibat dalam pemasaran ikan laut segar di Bangliao Oki, menghitung margin pemasaran yang terbentuk dari para pelaku pemasaran ikan laut segar di Bangliao Oki, dan menghitung nilai

efisiensi pemasaran pada tiap-tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran ikan laut segar di Bangliao Oki Sinaboi, Kecamatan Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan (observasi) Dengan mewawancarai nelayan, Agen, pedagang pengecer dan pelaku pasar lain di Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik Bangliao Oki, nelayan yang mendaratkan ikan di Bangliao Oki yang berjumlah 10 orang, Agen yang berjumlah 2 orang, Pedagang along-along yang berjumlah 4 orang, serta pedagang pengecer 10 orang.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Analisis Margin Pemasaran, digunakan mengukur keuntungan masing masing pelaku yang terlibat dalam proses distribusi ikan.

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan

MP : Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr : Harga konsumen (Rp/kg)

Pf : Harga produsen (Rp/kg)

Share harga yang diterima nelayan, merupakan persentase keuntungan yang diterima nelayan.

$$SPf : Pf / Pr$$

Keterangan :

SPf : Share harga ditingkat nelayan

Pf : Harga ditingkat nelayan

Pr : Harga ditingkat konsumen

Share biaya pemasaran dan share keuntungan.

$$\text{Sbi} : (\text{bi} / \text{Pr}) \times 100\%$$

$$\text{Ski} : (\text{ki} / \text{Pr}) \times 100\%$$

Keterangan :

Ski : Share keuntungan lembaga pemasaran ke i

Sbi : Share biaya pemasaran ke i

Rasio keuntungan dan biaya Soekarwati dalam Dani (2012) dalam dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{\pi}{c} = \frac{KPi}{BPi}$$

Keterangan :

Kpi : Keuntungan lembaga pemasaran (Rp/Kg)

Bpi : Biaya pemasaran (Rp/Kg)

Apabila nilai π/C lebih dari 1 ($\pi/C > 1$) maka usaha tersebut efisien dan apabila Nilai π/C kurang dari satu ($\pi/C < 1$) maka usaha tersebut tidak efisien.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan dan pencatatan secara langsung di lapangan (observasi) dan wawancara langsung dengan responden. Data primer yang diambil meliputi : Harga ikan per jenisnya, saluran pemasaran ikan, margin pemasaran ikan per jenisnya dan biaya pemasaran pada tiap level pedagang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil studi pustaka pada beberapa instansi terkait seperti Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Rokan Hilir untuk memperoleh data produksi perikanan di Kabupaten Rokan Hilir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Daerah Penelitian

Kepenghuluan Sinaboi sebagai lokasi penelitian adalah salah satu kepenghuluan yang secara geografis dibatasi oleh daerah-daerah yaitu :

- Utara : Selat Malaka
- Selatan : Kep. Sungai Bakau
- Barat : Kep. Sungai Bakau
- Timur : Kep. Darussalam

Kepenghuluan Sinaboi dikenal dengan lokasi pertanian dan hasil laut, namun kondisi sarana dan prasarana yang kurang memenuhi membuat para petani dan nelayan mengalami kesulitan dalam menjual hasil lain maupun tangkapan ikan para nelayan.

Jumlah penduduk di Kepenghuluan Sinaboi pada tahun 2018 adalah 2.848 jiwa dengan 709 Jumlah Kepala Keluarga (KK) terdiri dari 1.491 jiwa penduduk laki-laki dan 1.357 jiwa penduduk perempuan.

Lembaga Pemasaran

Nelayan

Nelayan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nelayan yang dalam usahanya memiliki kapal sendiri, Responden nelayan dalam penelitian ini adalah nelayan yang kegiatan melautnya menggunakan perahu berukuran sedang yang biasanya berkapasitas 3 sampai 4 orang (ABK) dan alat tangkap yang digunakan oleh nelayan ini adalah jarring insang (*Gill net*) dan rawai (pancing). Nelayan di Sinaboi tidak hanya menjual ikan kepada bangliao Oki saja namun terdapat juga beberapa nelayan yang menjual ikan dan udang kepada Bangliao lain seperti Bangliao Tie Tian seng, Bangliao Lita, Bangliao Atie, dan Bangliao Anto (Atik), Bangliao

tersebut memasarkan ikan dalam bentuk ikan segar dan ikan asin namun pemasarannya tertutup, sulit untuk mendapatkan data dari Bangliao tersebut. Sehingga nelayan dalam penelitian ini hanyalah nelayan yang mendaratkan ikan di Bangliao Oki saja.

1 kapal (Pak Hombing), biaya produksi sekitar Rp 5.609.000/sekali melaut yang terdiri dari solar, oli, gas, lampu tixtox, rokok, belanja selama penangkapan, es, pancing, makan. Pada umumnya hasil tangkapan mereka memiliki variasi ikan seperti ikan Senangin, Ikan Cencaru, Ikan Malong, Ikan Sembilang, Pari. Responden dalam penelitian ini yang merupakan nelayan ikan tangkap, yang berasal dari Panipahan Kabupaten Rokan Hilir. Nelayan datang dari Panipahan ke sinaboi dikarenakan potensi perikanan Sinaboi yang cukup baik.

Nelayan yang berusia 22 - 28 tahun sebanyak 20%, usia 29 - 34 tahun sebanyak 10 %, usia 35 - 40 tahun sebanyak 20 % dan usia 41 - 46 tahun sebanyak 60 %. Nelayan ini mayoritas telah berkeluarga dan keluarga mereka di tinggal di kampung demi mencari ikan di laut. nelayan ini tidak hanya berasal dari daerah Sinaboi tetapi datang daerah Panipahan dan Daerah Dumai.

Bangliao Oki (Thamrin)

Bangliao Oki memiliki 10 orang karyawan yang bekerja mulai dari pukul 08.00-17.00. Bangliao Oki memiliki 2 orang agen tetap yang setiap harinya mengambil ikan dari bangliao. Nelayan yang mendaratkan ikan di bangliao Oki berbeda setiap harinya rata-rata perhari ada 10 perahu. Nelayan yang mendaratkan ikan di bangliao Oki memiliki

pinjaman modal kepada tauke. Pinjaman itu berupa biaya produksi seperti belanja harian, perbaikan perahu, membeli jaring dan lainnya. Pinjaman tersebut akan dikembalikan setelah nelayan menjual hasil tangkapannya kepada tauke.

Jumlah dan jenis ikan yang dijual di Bangliao Oki tidak menentu tergantung dari hasil tangkapan nelayan. Rata-rata hasil tangkapan nelayan yang mendaratkan ikan di Bangliao Oki per harinya yaitu berkisar 500-1.200 Kg pada saat musim ikan. Sedangkan pada saat tidak musim ikan per harinya yaitu berkisar 500-700 Kg. Alat tangkap yang digunakan nelayan adalah jaring dengan ukuran kapal <5 GT, dan alat tangkap rawai yang berasal dari Panipahan.

ikan Senangin (*Elaeuthronema tetradactylum*) memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis ikan yang lainnya yaitu Rp 40.000/kg, ikan Senangin dengan harga Rp. 40.000 adalah ikan tipe C yang diperjualkan lokal. Perbedaan harga ikan tergantung dari ukuran ikan tersebut, ikan senangin tipe A dan B diperjualkan secara ekspor seperti ke negara Malaysia melalui pelabuhan Dumai dan Panipahan. Ukuran A menunjukkan ikan berukuran besar, ukuran B menunjukkan ikan berukuran sedang, dan ukuran C menunjukkan ikan berukuran kecil. Ikan yang memiliki harga jual paling murah adalah ikan Cencaru yaitu Rp. 12.000, yang menjadi penyebab dari murahnya harga ikan ini adalah permintaan konsumen yang sedikit sehingga harga ikan ini menjadi murah.

Bangliao Oki menjalankan usaha menggunakan modal sendiri tanpa melibatkan lembaga pkeuangan lain seperti bank atau

koperasi. Bentuk penjualan ikan kepada agen adalah dalam bentuk segar yang artinya tidak merubah bentuk atau sifat ikan itu sendiri namun hanya menambah es yang berfungsi untuk mempertahankan kesegaran ikan tersebut. Satuan penjualan kepada agen yaitu kilogram dan di masukkan ke dalam fiber.

Agen

Agen hanya melakukan penaksiran harga jual yang berlaku sesuai harga pasar kemudian melakukan pengemasan ikan dan menjual kembali dalam bentuk yang sama tanpa memberikan perlakuan khusus. Rata-rata dalam sekali transaksi mereka mampu mengambil ikan dari Bangliao sebanyak 750 kg per hari.

Agen yang menjadi responden di yang membeli ikan dari bangliao Oki Kepenghuluan Sinaboi yaitu ada 2 (dua) orang dengan usia 45-50 tahun. Ada terdapat banyak agen ikan yang terdapat di Sinaboi namun yang menjadi agen tetap di Bangliao Oki hanya 2 (dua) Bangliao saja hal ini di karenakan hubungan usaha yang terjalin sudah cukup lama.

Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer hanya mampu melakukan pembelian Ikan sekitar 25 Kg sampai dengan 50 Kg /transaksi dikarenakan keterbatasan modal dan apabila pedagang pengecer melakukan pembelian lebih banyak dari biasanya dikhawatirkan ikan akan tidak habis terjual. Fungsi pemasaran dari pengecer adalah menyalurkan ikan kepada para konsumen.

Umur maksimum responden adalah 48 tahun dan umur minimum

responden adalah 22 tahun. Frekuensi paling banyak terdapat pada kelompok umur 30 sampai 39 tahun yaitu sebanyak 5 responden atau 50 % dari jumlah keseluruhan responden. Frekuensi paling sedikit terdapat pada kelompok umur 20 sampai 29 tahun yaitu sebanyak 2 responden atau 20 % dari jumlah keseluruhan responden.

Along-along

Pedagang along-along yang datang ke Bangliao Oki berjumlah 4 orang yang datang dari daerah Bagan, Sungai Bakau, Sungai Nyamuk, Raja Bejamu dan daerah lainnya. Meraka datang untuk membeli ikan di Bangliao dan menjualnya kembali di daerah Bagan dengan cara berkeliling menggunakan sepeda motor dan 2 bakul.

Along-along membeli ikan dan menjualnya kembali dalam bentuk yang sama tanpa ada perlakuan apapun hanya saja ada proses pengawetan kembali dengan menggunakan es agar ikan masih dalam kondisi segar dan tidak mudah busuk, along-along hanya mampu melakukan pembelian ikan sekitar 50 Kg sampai dengan 75 Kg/transaksi dikarenakan keterbatasan modal dan apabila along-along melakukan pembelian lebih banyak dari biasanya dikhawatirkan ikan akan tidak habis terjual. Fungsi pemasaran dari along-along adalah menyalurkan ikan kepada para konsumen.

Pedagang along along datang kepada agen menggunakan sepeda motor dengan bak keranjang mereka datang kepada agen untuk membeli ikan segar dengan modal sendiri. Jenis ikan yang paling sering dibeli adalah ikan senangin, pari dan ikan malong. Pedagang along-along akan

menjual ikan tersebut ke konsumen secara langsung yang berada di daerah Bagan, dan Sungai nyamuk.

Pedagang along-along yang berusia 35-39 tahun berjumlah 1 orang atau 25%, pedagang along-along berusia 40-44 tahun berjumlah 2 orang atau 50 % dan pedagang along-along berusia 45-50 berjumlah 1 orang atau 25%.

Saluran Pemasaran

Distribusi Ikan Hasil Tangkapan Nelayan

Saluran distribusi hasil tangkapan ikan dari nelayan responden tidak ada yang menjual ikan hasil tangkapannya kepada para agen, pedagang pengecer dan konsumen. Responden nelayan menjual hasil tangkapan mereka kepada Bangliao Oki. Nelayan mendaratkan seluruh hasil tangkapannya ke bangliao karena bangliao menampung jenis ikan apa saja yang didaratkan oleh nelayan. Nelayan tidak perlu mencari pelanggan lagi untuk menjual hasil tangkapannya.

Dimulai dari para nelayan pulang melaut dengan membawa hasil tangkapannya menuju ke tempat pendaratan ikan (bangliao) kemudian nelayan menurunkan hasil tangkapannya untuk ditimbang oleh pekerja di bangliao lalu hasil catatan jumlah ikan yang ditimbang diberikan kepada tauke untuk meminta pembayarannya. Harga ikan ditentukan oleh tauke sesuai dengan kualitas ikan, serta jumlah dan ukuran besar atau kecil ikan yang didaratkan.

Pola Saluran Distribusi Ikan Hasil Tangkapan di Bangliao Oki

Pola distribusi komoditas ikan di Bangliao Oki ditemukan 2 (dua) saluran pemasaran, yaitu: *pertama*, dari nelayan → bangliao Oki → agen → pedagang pengecer → konsumen, *kedua*, dari nelayan → bangliao Oki → Agen → along-along → konsumen.

Harga Ikan pada Masing-masing Lembaga Pemasaran

Pada saluran pemasaran I dapat diketahui bahwa harga jual terendah dimiliki oleh jenis ikan Cencaru yaitu Rp. 12.000 dan harga konsumen adalah Rp. 22.000 hal ini dikarenakan oleh ikan cencaru memiliki nilai ekonomis yang rendah. Untuk menangani masalah ini biasanya nelayan dan Bangliao Oki akan mengolah ikan tersebut menjadi ikan asin dan kemudian memasarkannya. Sedangkan harga jual tertinggi dimiliki oleh ikan senangin yaitu harga jual nelayan Rp. 40.000 dan harga beli pada Konsumen adalah Rp. 50.000.

Berbeda dengan saluran pemasaran dan harga pada hasil penelitian Feby (2017) nelayan menjual ikan ke pedagang pengumpul kecil dengan harga jual rata-rata Rp. 30.000 pedagang pengumpul kecil menjual ikan kepada pedagang besar dengan harga rata-rata Rp.35.000 pedagang besar menjual kepada pedagang pengecer dengan harga Rp.37.500 dan pedagang pengecer menjual kepada konsumen dengan harga Rp. 47.500.

Pada saluran pemasaran II dapat diketahui bahwa harga jual terendah dimiliki oleh jenis ikan Cencaru, hanya saja harga jual ikan pada pedagang pengecer berbeda

dengan harga jual pada along-along. Harga jual ikan terendah terdapat pada Ikan Cencaru dengan Harga Jual pada Nelayan yaitu Rp. 12.000 dan Jual pada Along-along yaitu Rp. 23.000 dan Harga Jual Ikan tertinggi terdapat pada Ikan Senagin dengan Harga Jual Nelayan Rp. 40.000 dan Harga Jual ditingkat yaitu Rp. 50.000.

Pembelian ikan dengan harga beli terendah pada pembelian konsumen adalah pada saluran pemasaran 1 (satu) yang melibatkan lembaga pemasaran pedagang pengecer sedangkan pada saluran pemasaran 2 (dua) harga beli lebih tinggi. Hal ini dikarenakan oleh biaya pemasaran yang dibutuhkan oleh lembaga pemasaran Along-along lebih tinggi daripada biaya pemasaran yang harus dikeluarkan oleh Pedagang Pengecer.

Margin, Share Biaya, Biaya Pemasaran, dan Keuntungan Pemasaran Tiap Lembaga Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima penjual utama (produsen) dan harga yang dibayar oleh konsumen terakhir. Margin pemasaran dihitung setiap kilogram (Kg) ikan laut segar tersebut.

Biaya pemasaran pada Bangliao meliputi, gaji karyawan Rp. 60.000/hari biaya makan karyawan Rp. 30.000/hari untuk 5 orang (total = Rp.450.000). Biaya pengangkutan ikan dari Bangliao Oki ke jembatan Sinaboi 20.000/fiber untuk rata-rata jumlah ikan yang dijual perhari dari Bangliao yaitu 3 (tiga) fiber = 750 kg, yang artinya biaya pengangkutan per hari yaitu Rp. 60.000, biaya pengangkutan ini menggunakan gerobak pengangkut ikan

dikarenakan mobil/colt diesel tidak dapat menyeberangi jembatan karena jembatan kecil dan terbuat dari kayu, penggunaan es untuk ikan agar ikan tetap dalam keadaan segar yaitu 20 batang/hari dengan harga es/batang yaitu Rp. Rp10.000, yang artinya biaya es perhari adalah Rp. 200.000. Total biaya lembaga pemasaran Bangliao Oki dalam satu hari adalah Rp 710.000. biaya rata-rata pemasaran ikan perkilogram dalam 1 (satu) hari adalah Rp. 947.

Biaya untuk lembaga pemasaran Agen meliputi biaya transportasi yang didalamnya terdapat gaji dan makan supir dan kernek perharinya yaitu Rp. 600.000, biaya minyak mobil Rp. 100.000/hari, upah buruh untuk mengangkat dan menyusun fiber di mobil yaitu Rp. 10.000/fiber untuk 3 (tiga) dari Bangliao Oki adalah 30.000. Total biaya pemasaran Agen yaitu Rp. 730.000. untuk rata-rata biaya pemasaran ikan per kilogram dalam 1 (satu) hari adalah. Rp. 730.000/750 yaitu Rp. 973.

Biaya lembaga pemasaran pedagang pengecer meliputi biaya pembelian es tambahan sebanyak 2 (dua) batang seharga Rp. 20.000 biaya plastik 1 Kg seharga Rp. 10.000. Total biaya pemasaran pedagang pengecer dalam penjualan 1 (satu) hari adalah Rp. 30.000. Untuk rata-rata biaya pemasaran ikan per kilogram dalam 1 (satu) hari adalah. Rp. 30.000/50 yaitu Rp. 600.

Biaya lembaga pemasaran along-along meliputi biaya pembelian es tambahan sebanyak 2 (dua) batang seharga Rp. 20.000 biaya plastic 1 Kg seharga Rp. 10.000, serta biaya minyak motor seharga Rp. 25.000 dalam 1 (satu) hari. Total biaya pemasaran

pedagang pengecer dalam penjualan 1 (satu) hari adalah Rp. 55.000. Untuk rata-rata biaya pemasaran ikan per kilogram dalam 1 (satu) hari adalah. Rp. 55.000/75 yaitu Rp.733.

Efisiensi Pemasaran

Semua pemasaran ikan laut segar pada lembaga pemasaran Bangliao Oki adalah efisien, hal ini ditandai dari nilai efisiensi lebih besar dari pada satu ($\pi/c > 1$). Pada lembaga pemasaran Bangliao nilai efisiensi terendah terdapat pada jenis ikan senangin, ikan cencaru dan ikan malong yaitu 2,17 sedangkan nilai efisiensi tertinggi terdapat pada jenis ikan sembilang yaitu 4,28.

Semua pemasaran ikan laut segar pada lembaga pemasaran Agen adalah efisien, hal ini ditandai dari nilai efisiensi lebih besar dari pada satu ($\pi/c > 1$). Pada lembaga pemasaran Agen nilai efisiensi terendah terdapat pada jenis ikan malong yaitu 2,08 sedangkan nilai efisiensi tertinggi terdapat pada jenis ikan sembilang yaitu 4,14.

Semua pemasaran ikan laut segar pada lembaga pemasaran Pedagang pengecer adalah efisien, hal ini ditandai dari nilai efisiensi lebih besar dari pada satu ($\pi/c > 1$). Pada lembaga pemasaran Pedagang pengecer nilai efisiensi terendah terdapat pada jenis ikan malong dan ikan pari yaitu 2,33 sedangkan nilai efisiensi tertinggi terdapat pada jenis ikan senangin, ikan cencaru dan ikan sembilang yaitu 4.

semua pemasaran ikan laut segar pada lembaga pemasaran Pedagang Along-along adalah efisien, hal ini ditandai dari nilai efisiensi lebih besar dari pada satu ($\pi/c > 1$). Pada lembaga pemasaran Pedagang Along-along nilai efisiensi terendah terdapat pada jenis ikan

senangin, ikan malong, ikan sembilang dan ikan pari yaitu 3,09 sedangkan nilai efisiensi tertinggi terdapat pada jenis ikan cencaru yaitu 4,46.

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa pemasaran yang paling efisien adalah pemasaran ikan cencaru pada lembaga pemasaran along-along dengan nilai efisiensi tertinggi yaitu 4,46 berarti pemasaran ini lebih memberikan keuntungan yang banyak kepada lembaga pemasaran along-along, dan pemasaran dengan nilai efisiensi terendah yaitu terdapat pada lembaga pemasaran Agen yaitu ikan malong dengan nilai efisiensi 2,08 hal ini berarti ikan malong memberikan keuntungan yang lebih sedikit kepada lembaga pemasaran Agen di bandingkan dengan jenis ikan lain yang di pasarkan agen tersebut.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Soekarwati dalam Dani (2012) yaitu, Efisiensi pemasaran adalah tingkat kemampuan lembaga-lembaga pemasaran dalam menyalurkan produk dari produsen (nelayan) kepada lembaga pemasaran selanjutnya hingga pada konsumen. Apabila nilai efisiensi < 1 atau lebih mendekati angka 0 maka lembaga pemasaran tersebut tidak efektif dan sebaliknya apabila nilai efisiensi > 1 atau lebih mendekati 1 dapat dikatakan bahwa lembaga pemasaran tersebut efisien.

Kesimpulan

Pola distribusi komoditas ikan di Bangliao Oki ditemukan 2 (dua) saluran pemasaran, yaitu: *pertama*, dari nelayan → bangliao Oki → agen → pedagang pengecer → konsumen, *kedua*, dari nelayan → bangliao Oki → Agen → along-along → konsumen.

Semakin rendah margin dan semakin besar bagian yang diterima nelayan maka pemasaran tersebut sudah efisien. Saluran pemasaran paling efisien adalah saluran Pemasaran I yang melibatkan Pedagang pengecer, hal ini dikarenakan oleh biaya pemasaran yang dikeluarkan dan harga jual oleh pedagang pengecer lebih kecil daripada along-along.

Kedua saluran pemasaran dalam penelitian ini adalah pemasaran yang efisien, hal ini dikarenakan nilai efisiensi lebih besar dari 1 (satu). Pemasaran yang paling efisien adalah pemasaran ikan cencaru pada lembaga pemasaran along-along dengan nilai efisiensi tertinggi yaitu 4,46 dan pemasaran dengan nilai efisiensi terendah yaitu terdapat pada lembaga pemasaran Agen yaitu ikan malong dengan nilai efisiensi 2,08.

Saran

Dalam rangka meningkatkan efisiensi pemasaran ikan laut segar di Sinaboi perlu untuk memperhatikan perbandingan tingkat keuntungan dengan biaya pemasaran, sebaiknya memilih yang biaya pemasaran rendah dan tingkat keuntungan yang tinggi sehingga pemasaran lebih efisien kepada setiap lembaga pemasaran ikan laut segar di Sinaboi.

Daftar Pustaka

Dani. 2012. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. Pontianak. Universitas Tanjung Pura

Daryanto. 2011. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. 167 hal.

Feby. 2017. Saluran Pemasaran Ikan Segar di Pantai Malobero Bengkulu. Bengkulu. Feby's Publisher. 154 hal.