

Analisis Rantai Pasok Usaha Ikan Kering Di Kota Bengkulu

Kikim Aria Sinta¹, Sriyoto², Basuki Sigit Priyono³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu

Artikel Info

Genesis Artikel:

Diterima :

Direvisi :

Diterbitkan :

Kata Kunci :

Ikan Kering

Rantai Pasok

Margin Pemasaran

Transmisi Harga

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis rantai pasok usaha ikan kering yang ada di Kota Bengkulu, menganalisis besaran margin pemasaran, farmer share, efisiensi pemasaran ikan kering di Kota Bengkulu dan menganalisis elastisitas transmisi harga ikan kering di Kota Bengkulu. Penelitian dilakukan secara sengaja di Kelurahan Sumber Jaya dan Kelurahan Malabero. Responden pada penelitian ini terdiri dari 5 kategori yaitu nelayan berjumlah 24 diambil dengan metoda acak, pembuat ikan kering berjumlah 20 orang menggunakan metode simple random sampling, pedagang pengumpul berjumlah 6 orang menggunakan metode sensus, pedagang pengecer berjumlah 25 orang menggunakan metode accidental sampling dan konsumen berjumlah 25 orang menggunakan metode accidental sampling. Data primer dan data sekunder digunakan dalam studi ini. Terdapat empat pola aliran rantai pasok diketahui dari studi ini. Aliran rantai pasok I dimulai dari nelayan-pembuat ikan kering-pedagang pengumpul-pedagang pengecer dan konsumen. Aliran II dimulai dari nelayan-pembuat ikan kering-pedagang pengumpul dan konsumen. Aliran III dimulai nelayan-pembuat ikan kering-pedagang pengecer dan konsumen. Pada aliran IV dimulai dari nelayan-pembuat ikan kering dan konsumen. Total margin pemasaran, *farmers share* dan efisiensi pemasaran ikan kering tawar pada aliran I sebesar Rp.13.112/Kg (85%) nilai efisiensi pemasaran 3,35% (efisien), pada aliran II sebesar Rp.6.342/Kg (86%) nilai efisiensi pemasaran 1,19% (efisien). pada aliran III sebesar Rp.13.112/Kg (75%) nilai efisiensi pemasaran 1,91% (efisien), pada aliran rantai pasok IV tidak terdapat margin pemasaran dan nilai efisiensi pemasaran dengan *farmers share* 100% (efisien). Sedangkan total margin pemasaran dan *farmers share* ikan kering asin pada aliran I sebesar Rp.11.955/Kg (72%) nilai efisiensi pemasaran 6,44% (tidak efisien), pada aliran II sebesar Rp.3.964/Kg nilai efisiensi pemasaran 2,68 (efisien), pada aliran III sebesar Rp.11.955/Kg nilai efisiensi pemasaran 3.35 (efisien), aliran rantai IV tidak memiliki besaran margin dan nilai efisiensi pemasaran dengan *farmer share* sebesar 100% (efisien). Selanjutnya transmisi harga yang diperoleh pada ikan kering tawar 0,27 dan pada ikan kering asin 0,09. Artinya perubahan harga 1% di tingkat konsumen akan mengakibatkan perubahan harga yang kurang dari 1% di tingkat pengolah ikan kering.

ABSTRACT

Keywords:

Dried Fish

Supply Chain

Marketing Margin

Price Transmission

This research aimed to analyze the supply chain of dried fish businesses in Bengkulu City, analyze the amount of marketing margins, farmer share, marketing efficiency of dried fish in Bengkulu City and analyze the elasticity of transmission of dried fish prices in Bengkulu City. The research was conducted intentionally in Sumber Jaya Village and Malabero Village. The sample in this study consisted of 5 categories, namely fishermen 24 people selected by simple random, dry fish maker's are 20 people, collecting traders 6 people using the census method, retailer traders and consumers 25 people of each other used the accidental sampling. The results showed that there were four patterns of supply chain flow in the dry fish business in Bengkulu city. Supply chain flow I starts from fishermen-dried fish makers-collecting merchants-retailers and consumers. Flow II starts from fishermen-dry fish makers-collecting merchants and consumers. Flow III began fishermen-dry fish makers-retailers and consumers. The IV flow starts from fishermen-dry fish makers and consumers. The total margin of marketing, farmers share and marketing efficiency of fresh dried fish in flow I amounted to Rp.13,112/Kg (85%) marketing efficiency value of 3.35% (efficient), in flow II of Rp.6,342/Kg (86%) marketing efficiency value of 1.19% (efficient). In flow III of Rp.13,112/Kg (75%) marketing efficiency value of 1.91% (efficient), supply chain flow IV has no marketing margin and marketing efficiency value with 100% (efficient) farmers share. Meanwhile, the total marketing margin and farmers share of salted dried fish in flow I amounted to Rp.11,955/Kg (72%) marketing efficiency value of 6.44% (inefficient), in flow II of Rp.3,964/Kg marketing efficiency value of 2.68 (efficient), in flow III of Rp.11,955/Kg marketing efficiency value of 3.35 (efficient), iv chain flow did not have a margin amount and marketing efficiency value with a farmer share of 100% (efficient). Furthermore, the price transmission obtained in fresh dried fish was 0.27 and in salted dried fish 0.09. This means that a 1% price change at the consumer level will result in a price change of less than 1% at the level of dried fish processors.

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Penulis³,

Program Studi Agribisnis,
Universitas Bengkulu

Email: basukisigitpriyono@yahoo.co.id

Handphone: 0816393791

PENDAHULUAN

Sektor kelautan dan perikanan di Kota Bengkulu sudah ditetapkan sebagai salah satu sektor unggulan utama yang memiliki potensi untuk dikembangkan dengan maksimal dimasa yang akan datang. Sektor kelautan dan perikanan akan menjadi andalan pemerintah Kota Bengkulu 5-10 tahun ke depan, di mana 30 persen dari pendapatan asli daerah (PAD) harus dari sector ini (Dinas Kelautan dan Perikanan, 2018). Sejauh ini, komoditi laut dari Bengkulu, telah berhasil memasuki pasar internasional dengan mengeskpor berbagai jenis ikan hasil tangkapan nelayan. Meskipun memiliki kontribusi yang masih kecil dan cenderung belum optimal namun, dengan hasil produksi perikanan tangkap nelayan yang cukup besar menjadi potensi yang perlu dikembangkan dan dimaksimalkan.

Kawasan Pulau Baai yang berada di Kelurahan Sumber Jaya Kecamatan Kampung Melayu memiliki hasil produksi ikan tangkap terbesar di Kota Bengkulu. Sebagai pusat produksi perikanan laut yang cukup besar, armada penangkap ikan yang dimiliki beberapa nelayan juga sudah cukup memadai, bahkan ada sebagian nelayan yang berlayar melebihi 12 mil yang artinya nelayan di Kelurahan Kampung Melayu selain melakukan penangkapan ikan di sekitaran perairan Kota Bengkulu, nelayan juga melakukan penangkapan ikan jauh di luar perairan territorial. (Zamdial, dkk, 2020).

Penduduk di Kelurahan Sumber Jaya sebagian besar mempunyai mata pencaharian utama sebagai nelayan dan sebagai pengolah ikan segar hasil tangkapan untuk tumpuan penghasilan perekonomian. Dengan hasil potensi perikanan tangkap yang besar yakni, 46.145 ton/tahun (Dinas Kelautan dan Perikanan, 2018) hasil perikanan tangkap yang besar membuat masyarakat di daerah penelitian membuat berbagai usaha produksi pengolahan ikan yang bertujuan untuk meningkatkan daya jual ikan dengan cara mempertahankan mutu dan daya simpan ikan, salah satunya adalah usaha produksi ikan kering. Ikan kering mempunyai dua jenis yaitu ikan kering asin dan ikan kering tawar. Ikan kering dibuat dari ikan segar yang umumnya memiliki nilai jual rendah lalu dikeringkan dengan beberapa perlakuan khusus untuk menjaga kualitas dan mempertahankan daya simpan ikan dengan menghilangkan kandungan air yang terkandung di dalam ikan, sehingga ikan dapat tetap di pertahankan kualitasnya, meningkatkan nilai ekonominya dan memperkecil kemungkinan pembusukan hingga sampai pada tangan konsumen.

Usaha yang dijalankan oleh pembuat ikan kering di Kelurahan Sumber Jaya ini, pemasaran produknya sudah memasuki luar Kabupaten/Kota bahkan ada yang dijual hingga keluar Provinsi Bengkulu. Meskipun merupakan daerah pesisir yang memiliki produksi ikan yang tinggi, masih ditemui beberapa kendala yang dihadapi pengolah ikan kering seperti, ketersediaan ikan segar yang tidak merata setiap bulan karena jenis ikan yang bersifat musiman, berfluktuasinya jenis ikan, keadaan cuaca yang tidak menentu, kualitas dan ketahanan ikan sehingga mengakibatkan jenis ikan segar yang dijadikan ikan kering cenderung tidak menentu. Kendala lain yang biasanya terjadi adalah pengolah ikan kering tidak memperoleh informasi yang cukup berkaitan dengan kualitas, jenis dan jumlah yang dibutuhkan oleh pasar sehingga berakibat pada lembaga pemasaran yang kesulitan dalam memenuhi permintaan pasokan yang dibutuhkan (Fadhullah, 2018). Kendala-kendala yang terjadi tersebut menyebabkan berbagai permasalahan seperti kekurangan pasokan, harga menjadi tidak stabil, dan lainnya.

Kajian ini bermaksud untuk menganalisis (1) aliran rantai pasok yang mencakup aliran produk, informasi dan aliran finansial usaha ikan kering di Kota Bengkulu. (2) margin pemasaran, *farmers share* dan efisiensi pemasaran ikan kering di Kota Bengkulu. (3) elastisitas transmisi harga ikan kering di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Kelurahan Sumber Jaya dan Kelurahan Malabero dipilih secara sengaja sebagai lokasi penelitian. Hal ini dikarenakan Kelurahan Sumber Jaya memiliki nelayan, pembuat ikan kering dan pedagang pengumpul paling banyak. Sedangkan pedagang pengecer ikan kering paling banyak di Kelurahan Malabero.

Populasi dalam penelitian ini adalah nelayan, pembuat ikan kering, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Penentuan sampel nelayan dan pembuat ikan kering menggunakan metode *acak sederhana* dengan rumus *Slovin* sehingga diperoleh nelayan sejumlah 24 orang dan pembuat ikan kering sebanyak 20 orang. Penentuan responden pedagang pengumpul, seluruh populasi dijadikan responden, yaitu sebanyak 6 orang. Penentuan responden 25 pedagang pengecer dan 25 konsumen dengan metode *accidental sampling* digunakan rumus *Virtucio*.

Data primer didapatkan dengan cara observasi, yakni pengumpulan data dengan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, serta wawancara dengan pembuat ikan kering dengan kuesioner. Di sisi lain, data sekunder diperoleh dari berbagai artikel hasil kajian empiris yang dipublikasikan di jurnal, data yang dipublikasikan oleh instansi

terkait, buku, serta dokumentasi desa. Analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis data kualitatif digunakan untuk menjawab tujuan pertama, yaitu untuk menganalisis aliran produk, informasi dan aliran financial dalam rantai pasok yang ada. Sedangkan analisis data kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan kedua dan ketiga, yaitu menentukan besaran margin pemasaran, *farmers share*, efisiensi pemasaran dan elastisitas transmisi harga.

Analisis Rantai Pasok Ikan Kering

Pola rantai pasok dengan aliran produk, finansial dan aliran informasi pada usaha ikan kering di Kota Bengkulu digunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan wawancara dengan responden yang kemudian digambarkan dalam skema rantai pasok ikan kering di Kota Bengkulu (mulai aliran *supply* bahan baku, pengolahan, dan pemasaran hingga konsumen akhir)

Analisis Margin Pemasaran, *Farmers Share*, Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui besar margin, *farmer share* dan efisiensi pemasaran digunakan analisis data kuantitatif.

a. Analisis Margin Pemasaran

$$MP = Pk - Pf$$

Keterangan:

Mi = Margin Pemasaran (Rupiah/kg)

Pk = Harga yang dibayarkan konsumen (Rupiah/kg)

Pf = Harga yang diterima produsen (Rupiah/kg)

b. Analisis *Farmers Share*

$$Fs = \left(\frac{Pf}{Pk} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = Farmer's Share

Pf = Harga di tingkat pengolah (Rp/Kg)

Pk = Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

c. Analisis Efisiensi Pemasaran

$$Eps = \frac{Bi}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Eps : Efisiensi Pemasaran (%)

Bi : Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga ikan kering di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Kriteria:

Efisiensi pemasaran \leq 50% efisien

Efisiensi pemasaran $>$ 50% tidak efisien.

Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Analisis data kuantitatif digunakan untuk mengetahui berapa besar perubahan permintaan atau penawaran dalam persen (%) terhadap komoditi ikan kering di Kota Bengkulu. Elastisitas transmisi harga dapat dihitung digunakan rumus sebagai berikut (Sudiyono (2004) sebagai berikut:

$$Et = \frac{dPr}{dPf} \times \frac{Pf}{Pr}$$

Keterangan:

Et = Elastisitas transmisi harga

Pr = Harga di tingkat pedagang pengecer (Rp/Kg)

Pf = Harga di tingkat pengolah ikan kering (Rp/Kg)

dPf = Perubahan harga di tingkat pengolah ikan kering (Rp/Kg)

dPr = Perubahan harga di tingkat pedagang pengecer (Rp/Kg)

Dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

1. Jika ($Et < 1$) maka perubahan harga 1% di tingkat konsumen akan menyebabkan perubahan harga kurang dari 1% di tingkat pengolah ikan kering. Sehingga keadaan pasar tidak berjalan dengan efisien (tidak bersaing sempurna) serta perubahan harga yang diteruskan kepada produsen lamban.
2. Apabila ($Et=1$), maka artinya perubahan harga 1% di tingkat konsumen mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengolah ikan kering. Sehingga keadaan pasar berjalan dengan efisien serta perubahan harga yang diteruskan produsen sesuai.
3. Ketika ($Et > 1$), mengartikan bahwa perubahan harga 1% di tingkat konsumen mengakibatkan perubahan harga $>$ 1% di tingkat pembuat ikan kering. Sehingga keadaan pasar tidak berjalan dengan efisien (tidak bersaing sempurna) serta perubahan harga yang diteruskan kepada produsen tidak seluruhnya diteruskan langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai Pasok Usaha Ikan Kering

Menurut Pratasik (2021) aliran rantai pasok merupakan *logistic network* yang menghubungkan supplier, manufaktur, distributor, retail dan konsumen akhir dalam setiap mata rantai. Adapun pola pelaku rantai pasok ikan kering di Kota Bengkulu dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1. Pelaku Rantai Pasok Ikan Kering di Kota Bengkulu

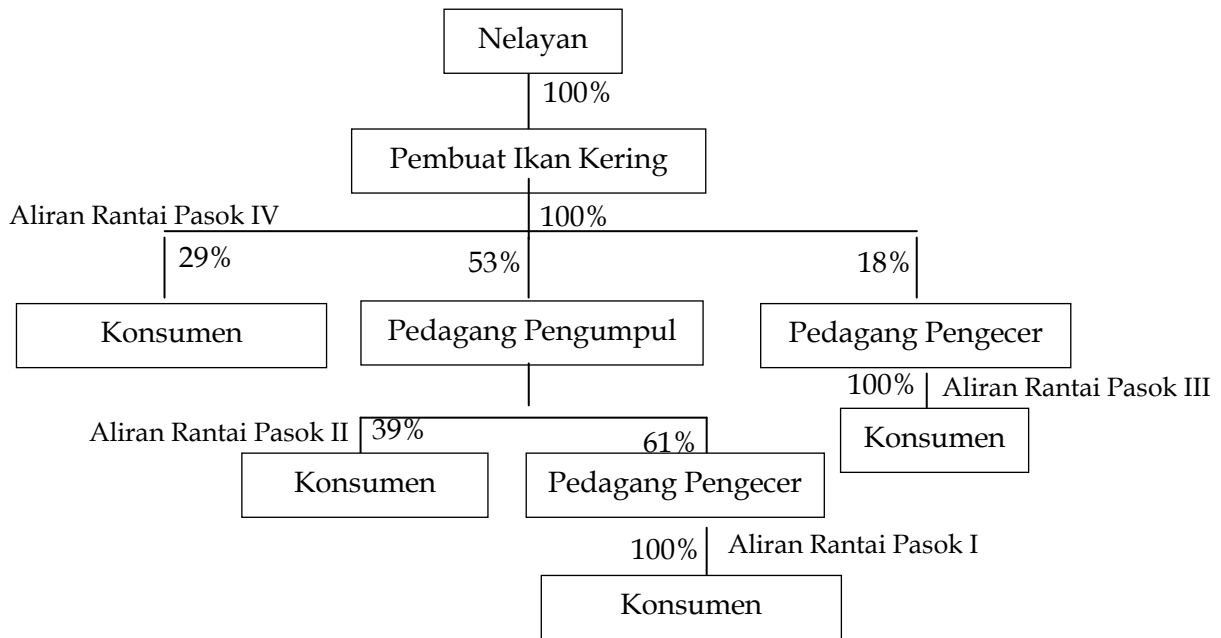
No	Pola Rantai Pasok	Pelaku (Jiwa)	Persen (%)
1	I (satu)	6	14
2	II (dua)	20	45
3	III (tiga)	7	16
4	IV (empat)	11	25
Total		44	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat rantai pasok I diketahui sebanyak 6 orang. Pola aliran rantai pasok I adalah yang terpanjang, ikan kering tawar ataupun asin disalurkan kepada konsumen melalui perantara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pada pola aliran rantai pasok II jumlah pelaku pemasaran sebanyak 20 orang atau seluruh dari jumlah responden pembuat ikan kering dilokasi penelitian. Hal tersebut dapat terjadi karena seluruh pembuat ikan kering menjual ikan kering kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul dapat menampung seluruh produksi yang dihasilkan sehingga pembuat ikan kering tidak kesulitan memasarkan ikan kering dan meminimalisir kerugian pemasaran.

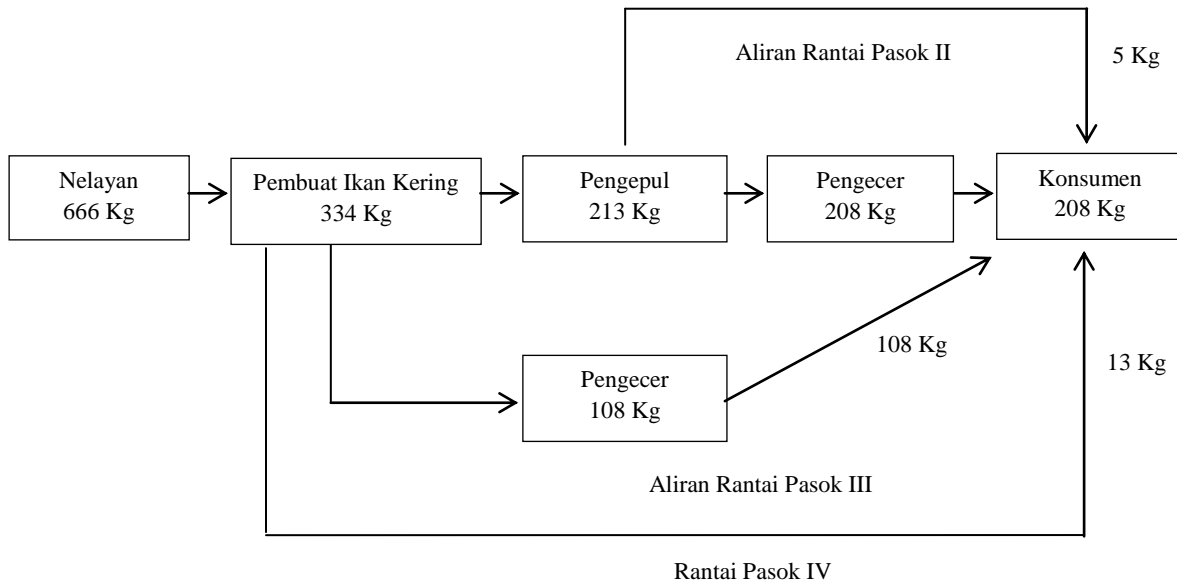
Pada aliran rantai pasok III proses pemasaran melibatkan pembuat ikan kering, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Selain menyalurkan ikan kering kepada pedagang pengumpul, pembuat ikan kering juga menyalurkan ikan kering langsung kepada pedagang pengecer untuk dipasarkan kepada konsumen akhir. Berdasarkan Tabel 1 diketahui pelaku aliran rantai pasok III yakni sebanyak 7 orang. Selain menyalurkan ikan kering kepada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, pembuat ikan kering juga melakukan pemasaran secara langsung kepada konsumen akhir. Namun penjualan yang dilakukan pembuat ikan kering kepada konsumen akhir tersebut tidak dalam jumlah yang besar, pola pemasaran tersebut terdapat pada pola IV. Pola rantai pasok IV merupakan aliran rantai pasok yang terpendek, karena

pembuat ikan kering tidak melibatkan lembaga pemasaran yang ada, dalam memasarkan hasil produksinya pengolah langsung ke konsumen. Jumlah pelaku pada aliran rantai pasok IV sebanyak 11 orang. Adapun pola pelaku rantai pasok dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1. Pola pelaku rantai pasok

Aliran rantai pasok pada usaha ikan kering di Kota Bengkulu merupakan aliran bahan baku pembuatan ikan kering yang dimulai dari penyediaan ikan segar lalu ikan segar diolah menjadi ikan kering kemudian disalurkan melalui lembaga pemasaran hingga sampai ke konsumen akhir. Aliran rantai pasok merupakan proses terintegrasi secara keseluruhan dalam kegiatan pergerakan produk dari masing-masing aliran rantai pasok. Pihak-pihak yang terlibat dalam aliran rantai pasok pada penelitian ini yaitu nelayan, pembuat ikan kering, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Adapun aliran bahan baku dan aliran hasil produksi dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 2. Pola Aliran Bahan Baku dan Jumlah Produksi Ikan Kering

Gambar diatas menunjukkan bahwa nelayan pada rantai pasok ikan kering berperan sebagai penyedia bahan baku yang rata-rata dapat menghasilkan sekitar 666 kg ikan segar dalam sekali melaut. Bahan baku yang telah dihasilkan tersebut kemudian diproduksi menjadi ikan kering. Pembuat ikan kering di lokasi penelitian rata-rata dapat menghasilkan sekitar 334 kg ikan kering dalam satu kali proses produksi. Selanjutnya setelah ikan kering yang siap dipasarkan akan disalurkan melalui saluran pemasaran yaitu pedagang pengumpul pada saluran I rata-rata sebanyak 213 Kg. Pedagang pengumpul kemudian akan meyalurkan ikan kering melalui saluran II yaitu langsung kepada konsumen sebanyak 5 kg dan saluran III melalui pedagang pengecer rata-rata sebanyak 108 Kg dan saluran IV langsung ke konsumen sebanyak 13 Kg. Selanjutnya ikan kering pada saluran I akan disalurkan kembali oleh pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer sebanyak 208 Kg dan sebanyak 5 kg kepada konsumen. Pada saluran III pedagang pengecer memperoleh 108 kg ikan kering yang kemudian dijual seluruhnya kepada konsumen. Saluran IV merupakan saluran yang menghubungkan pembuat ikan kering kepada konsumen. Pembuat ikan kering rata-rata menjual sebanyak 13 Kg ikan kering kepada konsumen akhir dalam sekali produksi.

3.1.1 Aliran Rantai Pasok I

Rantai pasok I yakni aliran ikan kering yang melibatkan empat pelaku rantai

pasok. Adapun pola rantai pasok tersebut dapat dilihat pada gambar 2. Pelaku rantai pasok tersebut adalah nelayan, pembuat ikan kering, pedagang besar (pengumpul), pengecer dan konsumen akhir. Aliran Rantai Pasok I merupakan aliran yang paling panjang. Rantai pasok ini juga merupakan aliran yang paling banyak dipilih oleh pembuat ikan kering karena memiliki risiko yang minim. Pada pola ini terdapat aliran produk, informasi dan finansial.

Aliran produk merupakan arus fisik produk ikan kering mulai dari penyediaan bahan baku, proses produksi, hingga pemasaran sampai di konsumen. Nelayan berperan sebagai penyedia bahan baku berupa ikan segar, yang kemudian langsung dijual kepada pembuat ikan kering. Pembuat ikan kering dapat memproduksi sebanyak 334 kg ikan kering setiap harinya. Kemudian setelah ikan kering siap untuk dipasarkan, pedagang pengumpul akan datang langsung ke tempat produksi ikan kering untuk melakukan transaksi pembelian. Pedagang pengumpul pada aliran rantai pasok I ini rata-rata dapat mengumpulkan 213 kg ikan kering dalam satu kali pembelian. Selanjutnya, ikan kering akan disalurkan oleh pedagang pengumpul ke pengecer untuk dijual pada konsumen akhir. Pedagang pengecer pada aliran rantai pasok I tidak berhubungan langsung dengan pembuat ikan kering namun melalui perantara pedagang pengumpul. Jumlah pembelian rata-rata yang dilakukan oleh pedagang pengecer kepada pedagang pengumpul sebanyak 208 kg setiap satu kali pembelian. Selanjutnya, ikan kering akan langsung dipasarkan ke konsumen akhir oleh pedagang pengecer. Rantai pasok I ini merupakan rantai yang paling panjang dibandingkan dengan rantai pasok lainnya, karena berhubungan dengan lebih banyak lembaga pemasaran. Ikan kering yang dialirkan melalui lembaga pemasaran akan melewati proses penyimpanan sebelum dipasarkan. Penyimpanan tersebut dapat memberikan dampak terhadap menurunnya kualitas ikan kering yang akan diterima konsumen akhir. Hal ini berarti semakin panjang aliran rantai pasok maka akan menurunkan kualitas dari ikan kering karena mengalami perlakuan dari lembaga pemasaran. Ini sesuai dengan hasil penelitian Januwia (2014) yang mengemukakan bahwa kualitas suatu produk dipengaruhi oleh panjangnya lembaga pemasaran yang terlibat karena akan mengurangi aliran informasi antar lembaga pemasaran. Menurut pendapat Pujawan (2005) mengatakan bahwa aliran informasi merupakan aliran timbal balik yang mengalir dari produsen ke konsumen akhir begitupun sebaliknya. Informasi pada rantai pasok I adalah informasi antar pembuat ikan kering, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Informasi yang didapat antar lembaga tersebut dapat berpengaruh terhadap kelancaran pasokan ikan kering. Aliran informasi yang diperoleh

meliputi cara produksi, waktu penjualan, jumlah produksi dan alat transportasi dalam pengangkutan produk. Nelayan di lokasi penelitian melakukan kegiatan melaut rata-rata selama 10 jam dimulai pukul 05.00 pagi dan kembali pada pukul 17.00 sore. Rata-rata jumlah tangkapan nelayan yang dijadikan bahan baku pembuatan ikan kering adalah sebanyak 666 kg dalam sekali melaut. Selanjutnya ikan segar tersebut dijual kemudian diproduksi oleh pembuat ikan kering. Jumlah produksi rata-rata pembuat ikan kering 334 kg satu kali proses produksi. Proses produksi masih menggunakan cara tradisional seperti proses pembersihan, pembelahan dan pencucian, perendaman ikan segar dilakukan secara manual hingga proses penjemuran dengan memanfaatkan sinar matahari. Setelah melewati penjemuran dan ikan kering siap dijual pembuat ikan kering akan menginformasikan mengenai penjemputan ikan kering kepada pedagang pengumpul. Kemudian pedagang pengumpul akan menjemput ikan kering menggunakan mobil angkutan atau motor tergantung dengan banyaknya hasil produksi. Selanjutnya pedagang pengumpul akan menginformasikan kepada pedagang pengecer mengenai ketersediaan ikan kering. Kemudian pengecer akan memasarkan kepada konsumen. Dalam proses penjualan ikan kering, lembaga pemasaran biasanya melakukan pembelian di waktu yang berbeda-beda.

Aliran finansial pada aliran rantai pasok I mengalir dari konsumen ke pembuat ikan kering sebagai konsekuensi atas penerimaan ikan kering yang meliputi pembayaran atas pembelian ikan kering dan metode pembayaran yang dilakukan. Aliran finansial yang pertama berasal dari konsumen yang melakukan pembayaran secara langsung atas pembelian ikan kering dari pedagang pengecer. Rata-rata harga ikan kering yang diterima konsumen untuk pembelian ikan kering tawar adalah sebesar Rp.52.187/kg sedangkan harga ikan kering asin sebesar Rp.29.213/kg. Untuk memperoleh ikan kering yang akan dijual pedagang pengecer akan melakukan pembelian kepada pedagang pengumpul menggunakan metode pembayaran yang dilakukan secara langsung dengan harga rata-rata Rp.45.417/kg untuk ikan kering tawar dan Rp.21.222/kg untuk ikan kering asin. Pedagang pengumpul yang telah bekerjasama dengan pembuat ikan kering biasanya setiap hari selalu melakukan transaksi pembelian ikan kering dilokasi usaha pembuat ikan kering dengan pembayaran secara langsung. Harga ikan kering di yang diterima pedagang pengumpul rata-rata sebesar Rp.39.075/kg sedangkan untuk harga ikan kering asin rata-rata berkisar Rp.17.258/kg. Biaya pemasaran yang harus dikeluarkan dan keuntungan yang ingin dicapai oleh lembaga pemasaran menyebabkan terjadinya

perbedaan harga pada setiap lembaga pemasaran. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Nuriati (2018) mengatakan saluran pemasaran yang panjang akan mengakibatkan semakin tingginya biaya pemasaran yang harus dikeluarkan, karena setiap lembaga pemasaran yang terlibat memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan dalam rangka menutup biaya pemasaran yang telah dikeluarkan. Dalam penyediaan bahan baku, pembuat ikan kering di lokasi penelitian memiliki dua pola pembayaran kepada nelayan yaitu pembayaran secara langsung (*cash*) atau pembayaran kemudian, saat ikan kering yang diproduksi telah terjual (*credit*). Hal tersebut terjadi karena sebagian pembuat ikan kering tidak memiliki modal yang cukup dalam menyediakan bahan baku sehingga nelayan memberikan kemudahan pembayaran dengan metode kredit kepada pembuat ikan kering agar proses produksi dapat terus berlanjut dan aliran finansial pada rantai pasok dapat berjalan. Jumlah uang atau harga yang harus dibayarkan oleh pembuat ikan kering atas pembelian ikan segar sebagai bahan baku ikan kering kepada nelayan rata-rata adalah sebesar Rp.5.229/kg untuk semua jenis ikan segar yang memiliki nilai ekonomis yang cukup rendah dan dapat diolah menjadi ikan kering.

3.1.2 Aliran Rantai Pasok II

Rantai pasok II ternyata berbeda dengan pola aliran rantai pasok I dimana pada pola ini pedagang pengumpul secara langsung menjual ikan kering kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara pedagang pengecer. Selanjutnya pola ini dapat dilihat di gambar 3. Seperti pola yang lain rantai pasok II memiliki aliran produk, informasi dan finansial.

Aliran Produk dimulai dari nelayan sebagai penyedia bahan baku yang menjual seluruh hasil tangkapan ikan segar yang dapat dijadikan ikan kering kepada pembuat ikan kering setelah selesai melaut. Pembuat ikan kering sebagai produsen yang mengolah ikan segar menjadi ikan kering dapat menghasilkan rata-rata 334 kg ikan kering setiap sekali proses produksi. Proses produksi ikan kering dilakukan setiap hari oleh pembuat ikan kering untuk kemudian disalurkan kepada pedagang pengumpul rata-rata sebanyak 213 kg setiap satu kali pembelian. Untuk memenuhi kebutuhan konsumsi konsumen, setiap harinya terjadi proses transaksi pembelian ikan kering antara pedagang pengumpul dengan pembuat ikan kering yang telah berlangganan atau bekerjasama. Dalam proses pemasaran pada aliran rantai pasok ini pedagang pengumpul menjual ikan kering secara langsung kepada konsumen akhir. rata-rata penjualan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul kepada konsumen akhir adalah 5

kg dari jumlah pembelian dari pembuat ikan kering. Kelebihan dari pola aliran ini yaitu apabila keadaan cuaca buruk yang mengakibatkan nelayan tidak dapat melaut dan kesulitan dalam penyediaan ikan segar sehingga membuat proses produksi ikan kering menjadi terkendala maka, pedagang pengumpul dapat memenuhi dengan mengeluarkan stok ikan kering yang disimpan digudang.

Aliran Informasi pada rantai pasok II menjelaskan tentang hubungan timbal balik antara rantai pasokan yang mengalir dari nelayan, pembuat ikan kering, pedagang pengumpul dan konsumen akhir. Informasi yang diperoleh dari nelayan ke pembuat ikan kering adalah aliran bahan baku, kualitas ikan kering dan informasi harga. Nelayan yang sudah bekerjasama dengan pembuat ikan kering akan menjual ikan segar yang diperoleh saat setelah melaut kepada pembuat ikan kering yang menjadi mitranya. Pembuat ikan kering tidak menetapkan kualitas pada ikan segar yang diperoleh nelayan sehingga ikan yang didapat langsung diolah. Setelah ikan segar diolah menjadi ikan kering, pembuat ikan kering akan menyalurkan ikan kering kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul datang ke lokasi produksi ikan kering dengan alat transportasi berupa mobil angkut atau motor sehingga mengeluarkan biaya pemasaran yang mengakibatkan perubahan harga jual yang diberikan oleh pedagang pengepul ke konsumen akhir. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Isnaniati (2022) dimana harga jual atau nilai dari suatu barang akan dipengaruhi oleh besarnya biaya pemasaran dari barang tersebut. Ikan kering yang diperoleh dari pembuat ikan kering akan langsung dijual kepada konsumen akhir oleh pedagang pengumpul tanpa melalui pedagang pengecer. Informasi timbal balik yang diperoleh dari pembuat ikan kering ke pedagang pengumpul dapat berupa permintaan ikan kering dan harga jual. Proses penjualan yang dilakukan setiap hari dan permintaan pasokan selalu terpenuhi. Namun, pada kondisi cuaca yang buruk atau pada musim penghujan pasokan kerap mengalami kekurangan karena berbagai faktor seperti nelayan kesulitan dalam penyediaan bahan baku, pembuat ikan kering kesulitan dalam proses penjemuran sehingga aliran pasokan ikan kering menjadi tersendat.

Aliran finansial merupakan aliran keuangan yang mengalir dari konsumen akhir hingga kepada produsen (Emhar, dkk, 2014). Aliran finansial yang mengalir pada penyediaan bahan baku menunjukkan aliran dari pembuat ikan kering ke nelayan. Harga ikan segar yang diberikan oleh nelayan cenderung sama untuk setiap jenisnya yaitu rata-rata berkisar Rp.5.229/kg. Sedangkan harga ikan kering yang sudah diolah oleh pembuat ikan kering akan mengalami perubahan harga pada setiap jenisnya yaitu

jenis ikan kering tawar dan ikan kering asin karena memiliki perlakuan yang berbeda pada saat proses produksi. Harga ikan kering tawar di pembuat ikan kering rata-rata berkisar Rp.39.075/kg sedangkan untuk harga ikan kering asin rata-rata berkisar Rp.17.258/kg. Pembayaran yang dilakukan pedagang pengumpul atas pembelian ikan kering biasanya dilakukan secara tunai saat ikan kering telah diterima. Harga ikan kering tawar di tingkat pedagang pengumpul rata-rata berkisar Rp.45.417/kg sedangkan harga ikan kering asin rata-rata berkisar Rp.21.222/kg. Perubahan harga yang diterima oleh konsumen akhir dari harga yang diterima oleh pedagang pengumpul tersebut terjadi karena adanya biaya pemasaran yang harus dikeluarkan dan keuntungan pemasaran yang ingin dicapai. Pembentukan harga di tingkat konsumen akhir dipengaruhi oleh besarnya keuntungan pemasaran dan biaya pemasaran yang harus dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, (Nuriati, 2018)

3.1.3 Rantai Pasok III

Pola aliran rantai pasok III adalah aliran ikan kering yang melibatkan nelayan sebagai penyedia bahan baku, pembuat ikan kering, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Pedagang pengecer akan secara langsung melakukan transaksi pembelian ikan kering dari pembuat ikan kering tanpa melalui perantara pedagang pengumpul. Selanjutnya ikan kering yang diperoleh akan langsung dijual kepada konsumen akhir. Adapun aliran rantai pasok III dapat dilihat pada gambar 2, dimana terdiri dari aliran produk, informasi dan aliran finansial.

Aliran produk yang terjadi pada aliran rantai pasok III ini tidak melibatkan pedagang pengumpul sebagai pihak yang menyalurkan ikan kering kepada pedagang pengecer. Ikan segar yang sudah diolah menjadi ikan kering oleh pembuat ikan kering kemudian disalurkan langsung kepada pedagang pengecer oleh pembuat ikan kering. Rata-rata ikan kering yang disalurkan kepada pedagang pengecer sebanyak 108 kg sekali produksi. Karena lokasi usaha pedagang pengecer yang biasanya cukup jauh dari pembuat ikan kering maka, pedagang pengecer biasanya menjemput ikan kering ke lokasi produksi ikan kering. Selanjutnya pedagang pengecer yang telah melakukan transaksi pembelian ikan kering akan memasarkan ikan kering kepada konsumen akhir untuk kebutuhan konsumsi. Kelebihan pada aliran rantai pasok III ini yaitu pedagang pengecer tidak harus menunggu lama untuk pembelian ikan kering karena tidak melalui perantara dari pedagang pengumpul dalam memperoleh ikan kering yang akan dipasarkan sehingga proses pemasaran akan berjalan dengan lebih cepat.

Aliran Informasi yang didapat dari nelayan ke pembuat ikan kering kepada pedagang pengecer merupakan informasi timbal balik seperti informasi harga, permintaan produk dan ketersediaan ikan kering. Keadaan cuaca merupakan penentu utama dalam ketersediaan bahan baku, saat kondisi cuaca bagus maka nelayan akan setiap hari melaut dan memperoleh ikan segar. Kegiatan produksi ikan kering juga dilakukan setiap hari oleh pembuat ikan kering tergantung dengan ikan segar yang disediakan oleh nelayan. Proses produksi ikan kering biasanya membutuhkan waktu 2 hari dari proses pembersihan, pembelahan hingga penjemuran saat kondisi cuaca normal. Selanjutnya ikan kering dijual ke pengecer. Pedagang pengecer yang membeli ikan kering dari pembuat ikan kering biasanya sudah menjalin kerjasama sehingga pada saat ikan siap dijual pedagang pengecer akan langsung menuju lokasi untuk menjemput ikan kering menggunakan mobil atau motor. Siklus pembelian ikan kering oleh pedagang pengecer dilakukan di waktu yang bervariasi sekitar 2-3 kali dalam satu minggu sesuai dengan kebutuhan dan persediaan ikan kering. Pada saat pedagang pengecer tidak melakukan transaksi pembelian ikan kering, pembuat ikan kering akan menjual ikan kering yang diproduksi ke pengumpul.

Aliran Finansial yang mengalir dari pedagang pengecer yang melakukan pembelian ikan kering akan datang langsung ke lokasi produksi ikan kering dan melakukan proses pembayaran atas pembelian ikan kering secara tunai saat penjemputan ikan kering. Harga ikan kering tawar pada pembuat ikan kering rata-rata Rp.39.075/kg sedangkan untuk harga ikan kering asin rata-rata berkisar Rp.17.258/kg. Karena jarak lokasi produksi dan lokasi usaha pedagang pengecer cukup jauh maka, pedagang pengecer yang datang untuk melakukan transaksi pembelian ke lokasi produksi ikan kering harus mengeluarkan biaya pemasaran sehingga akan terjadi perubahan harga yang diterima pedagang pengecer dengan harga yang diterima oleh konsumen akhir. Harga jual ikan kering tawar di pengecer berkisar Rp.52.187/kg sedangkan harga ikan kering asin rata-rata berkisar Rp.29.213/kg.

3.1.4 Aliran Rantai Pasok IV

Pada rantai pasok IV ikan kering dari pengolah kemudian akan dipasarkan ke konsumen akhir. Adapun pola rantai pasok IV dapat dilihat pada gambar 3. Sama pola ini juga memiliki aliran produk, informasi dan finansial.

Aliran produk pada aliran ini merupakan aliran paling pendek karena konsumen akhir langsung membeli ikan kering kepada pembuat ikan kering. Berdasarkan hasil

penelitian, pembuat ikan kering juga bertindak sebagai lembaga pemasaran ikan kering yang dihasilkan. Pembuat ikan kering pada aliran rantai pasok ini berhubungan langsung dengan konsumen akhir. Pembuat ikan kering rata-rata menjual 13 Kg ikan kering kepada konsumen akhir setiap proses produksi. Kelebihan pada aliran rantai pasok ini adalah kualitas ikan kering yang diterima oleh konsumen masih sangat baik dan terjaga karena ikan kering tidak melewati tahapan penyimpanan karena ikan kering yang sudah siap dipasarkan langsung dijual kepada konsumen akhir. Hal tersebut menunjukkan semakin panjangnya aliran rantai pasok maka kualitas produk yang diterima oleh konsumen akan semakin menurun sebaliknya semakin pendek aliran rantai pasok maka kualitas dari produk yang diterima oleh konsumen cenderung masih bagus.

Informasi yang disampaikan oleh pembuat ikan kering kepada konsumen berupa ketersediaan ikan kering dan informasi harga. Ikan kering yang dijual oleh pembuat ikan kering kepada konsumen akhir biasanya hanya sekitar 5-10 kg setiap harinya dari sisa produksi dan penjualan dari lembaga pemasaran lain. Sedangkan informasi harga yang didapat konsumen akhir biasanya lebih cepat tersalurkan tanpa melalui perantara pedagang pengumpul ataupun pedagang pengecer karena konsumen langsung datang ke lokasi produksi. Meskipun demikian konsumen cenderung memilih melakukan pembelian ikan kering pada pedagang pengecer karena jarak lokasi produksi berada di pinggir kota sehingga cukup jauh dan memerlukan waktu untuk sampai ke lokasi.

Aliran finansial yaitu perpindahan uang yang mengalir dari konsumen ke produsen. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai (*cash*) tanpa melalui perantara. Kelebihan rantai pasok ini adalah aliran keuangan yang diterima oleh pembuat ikan kering lebih cepat karena pembayaran dilakukan saat pembelian di lokasi produksi ikan kering. Karena tidak ada biaya pemasaran yang harus dikeluarkan maka harga di konsumen akhir cenderung lebih murah. Menurut Daniel (2002), bahwa semakin pendek aliran pemasaran, maka biaya pemasaran akan semakin kecil sehingga konsumen akan menerima harga yang semakin rendah.

3.2. Analisis Margin Pemasaran dan *Farmer Share* Ikan Kering Tawar

Pelaku rantai pasok yang terlibat adalah nelayan, pembuat ikan kering, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Adapun nilai margin pemasaran dan *farmer's Share* ikan kering tawar disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Ikan Kering Tawar

No	Uraian	Aliran Rantai Pasok			
		I	II	III	IV
1	Nelayan				
	a. Harga Jual Ikan Segar	5.229	5.229	5.229	5.229
2	Pembuat Ikan Kering				
	a. Harga Jual Ikan Kering Tawar	39.075	39.075	39.075	39.075
	Pedagang Pengumpul				
	a. Harga Beli	39.075	39.075		
	b. Harga Jual	45.417	45.417		
3	c. Biaya Pemasaran	541	541		
	d. Margin Pemasaran	6.342	6.342		
	e. Keuntungan Pemasaran	5.801	5.801		
	Pedagang Pengecer				
	a. Harga Beli	45.417		39.075	
	b. Harga Jual	52.187		52.187	
4	c. Biaya Pemasaran	996		996	
	d. Margin Pemasaran	6.770		13.112	
	e. Keuntungan Pemasaran	5.774		12.116	
5	Konsumen Akhir				
	Harga Beli	45.887	45.417	52.187	39.075
	Farmer Share (%)	85	86	75	100
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1.537	541	996	0
	Total Margin Pemasaran (Rp/Kg)	13.112	6.342	13.112	0

Sumber: Data Primer: Diolah, 2022.

Pada rantai pasok I dan II margin pemasaran yang diterima oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp.6.342/Kg. Persamaan nilai margin pemasaran yang diterima oleh pedagang pengumpul pada aliran I dan II dipengaruhi oleh harga jual dan harga beli yang sama. Nilai margin pemasaran yang diterima oleh pedagang pengecer di rantai pasok I adalah sebesar Rp.6.770/Kg kemudian rantai pasok III memiliki nilai margin pemasaran tertinggi yakni sebesar Rp.13.112/Kg. Pada pola rantai pasok IV tidak menimbulkan margin pemasaran karena dalam proses pemasaran pembuat ikan kering langsung memasarkan produknya kepada konsumen akhir sehingga tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Jumiaty (2012) harga jual produsen yang memasarkan produk langsung ke

konsumen tanpa melalui pedagang perantara akan lebih rendah karena tidak memiliki biaya pemasaran sehingga produsen tidak perlu menaikkan harga jual. Harga akhir ikan kering pada tingkat konsumen akhir juga bervariasi tergantung dengan aliran rantai pasok yang dilalui, harga terendah yang diterima oleh konsumen akhir terdapat pada aliran rantai pasok IV.

Nilai *farmer's share* pada rantai pasok I sebesar 85%, pada rantai pasok II sebesar 86%, nilai *farmer's share* ikan kering tawar pada aliran rantai pasok III merupakan nilai yang paling kecil yaitu sebesar 75%. Hasil ini sejalan dengan pendapat Nuvi, dkk (2021) mengatakan bahwa semakin besar nilai margin pemasaran maka *farmers share* nya akan semakin kecil dan saluran pemasaran akan semakin tidak efisien. Persentase *farmer's share* yang diterima pembuat ikan kering rantai pasok IV adalah 100%. Berdasarkan kriteria *farmers share* yang dikemukakan oleh Downey (1992) apabila nilai *farmers share* >40% maka aliran rantai pasok efisien sedangkan apabila <40% maka aliran rantai pasok tidak efisien. Rantai pasok IV merupakan yang paling efisien bagi pembuat ikan kering. Dengan menggunakan aliran rantai pasok IV maka, keuntungan yang diperoleh oleh pembuat ikan kering akan semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Riswandi (2015) di dalam penelitiannya bahwa nilai *farmer's share* dapat dijadikan tolak ukur dalam menentukan efisiensi pemasaran, dimana semakin tinggi nilainya maka akan semakin efisien kegiatan pemasaran tersebut.

3.3 Margin Pemasaran dan *Farmer Share* Ikan Kering Asin

Pelaku rantai pasok ikan kering asin adalah nelayan, pembuat ikan kering, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Adapun margin pemasaran dan *farmer's share* ikan kering asin dijelaskan pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Ikan Kering Asin

No	Uraian	Aliran Rantai Pasok			
		I	II	III	IV
1	Nelayan				
	a. Harga Jual Ikan Segar	5.229	5.229	5.229	5.229
2	Pembuat Ikan Kering				
	a. Harga Jual Ikan Kering Asin	17.258	17.258	17.258	17.258
	Pedagang Pengumpul				
	a. Harga Beli	17.258	17.258		
	b. Harga Jual	21.222	21.222		
3	c. Biaya Pemasaran	569	569		
	d. Margin Pemasaran	3.964	3.964		
	e. Keuntungan Pemasaran	3.395	3.395		
	Pedagang Pengecer				
	a. Harga Beli	21.222		17.258	
	b. Harga Jual	29.213		29.213	
4	c. Biaya Pemasaran	978		978	
	d. Margin Pemasaran	7.991		11.955	
	e. Keuntungan Pemasaran	7.013		10.977	
5	Konsumen Akhir				
	Harga Beli	24.013	21.222	29.213	17.258
	Farmer Share (%)	72	81	59	100
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	1.547	569	978	0
	Total Margin Pemasaran (Rp/Kg)	11.955	3.964	11.955	0

Sumber: Data Primer, Diolah 2022.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa persamaan margin pemasaran yang diterima oleh pedagang pengumpul karena memiliki harga jual dan harga beli yang sama pada aliran rantai pasok I dan II. Terdapat margin pemasaran sebesar Rp.3.964/Kg pada aliran rantai pasok I dan II.. Sedangkan margin pemasaran pedagang pengecer pada aliran rantai pasok I dan III nilainya berbeda karena adanya perbedaan harga beli dan harga jual. Margin pemasaran pedagang pengecer pada aliran rantai pasok I adalah sebesar Rp.7.991/Kg sedangkan pada aliran rantai pasok III sebesar Rp.11.955/Kg. Pada rantai pasok IV tidak memiliki nilai margin pemasaran karena pembuat ikan kering menjual langsung ikan kering ke konsumen akhir sehingga tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Nilai margin pemasaran paling tinggi ada pada

aliran rantai pasok III yaitu pedagang pengecer. Tingginya nilai margin ini juga dipengaruhi oleh biaya pemasaran yang dikeluarkan. Maisyaroh (2014) mengatakan bahwa besaran margin yang kecil dapat dikatakan distribusi suatu pemasaran berjalan dengan efisien. Sedangkan menurut Dewayanti (2013) mengatakan tingginya nilai margin pemasaran dapat dijadikan indikator dalam menentukan efisien atau tidak efisiennya suatu sistem pemasaran, namun hal tersebut tidak selalu tepat.

Besaran nilai margin pemasaran yang ada pada lembaga pemasaran ikan kering asin akan mempengaruhi nilai *farmer's share*. Pada aliran rantai pasok I adalah 72%, dan pada aliran II sebesar 81%, pada pola aliran rantai pasok III merupakan presentase paling rendah yaitu sebesar 59% sedangkan pada aliran rantai pasok IV sebesar 100%. Rantai pasok IV memiliki tingkat efisiensi paling tinggi bagi pembuat ikan kering karena memiliki nilai *farmers share* yang tinggi. Tetty (2021) mengatakan saluran yang paling efisien adalah saluran yang memiliki presentase *farmers share* tertinggi. Namun di lokasi penelitian, tidak semua pembuat ikan kering melakukan aliran rantai pasok IV karena pembuat ikan kering di lokasi penelitian tidak berani mengambil resiko dalam menjual ikan kering secara langsung kepada konsumen.

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran Ikan Kering Tawar

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran	
				(%)	Kriteria
1	Saluran I	1.537	45.887	3,35	Efisien
2	Saluran II	541	45.417	1,19	Efisien
3	Saluran III	996	52.187	1,91	Efisien
4	Saluran IV	0	39.075	0	Efisien

Sumber: Data Primer, Diolah 2022.

Berdasarkan tabel nilai efisiensi pemasaran saluran I sebesar 3,35%, saluran II yaitu sebesar 1,19%, lalu saluran III memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 1,91% dan saluran IV dengan nilai efisiensi 0%. Menurut Soekartawi (2002) menyatakan bahwa saluran pemasaran dapat dikatakan efisien jika nilai efisien pemasaran <5% dan dikatakan tidak efisien >5%. Berdasarkan kriteria tersebut, maka pemasaran ikan kering tawar di Kota Bengkulu dikatakan sudah efisien di setiap salurannya karena memiliki nilai efisiensi pemasaran <5%. Pemasaran ikan kering tawar yang ada di Kota Bengkulu tergolong efisien pada saluran I, II, III ataupun IV. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tetty, dkk (2021) dengan judul penelitian efisiensi pemasaran ikan tamban salai di Kabupaten Lingga memperoleh

hasil nilai rata-rata efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 0,57% dan pada saluran II sebesar 0,74%. Berdasarkan kriteria tersebut maka, pemasaran ikan tamban salai dikatakan sudah efisien karena memiliki nilai efisiensi pemasaran <5%.

Tabel 5. Efisiensi Pemasaran Ikan Kering Asin

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran	
				(%)	Kriteria
1	Saluran I	1.547	24.013	6,44	Tidak Efisien
2	Saluran II	569	21.222	2,68	Efisien
3	Saluran III	978	29.213	3,35	Efisien
4	Saluran IV	0	17.258	0	Efisien

Sumber: Data Primer, Diolah 2022.

Pada saluran pemasaran I pada pemasaran ikan kering asin memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 6,44%, saluran II dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 2,68%, dan saluran III memiliki nilai dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 3,35% dan saluran IV dengan nilai efisiensi 0%. Berdasarkan kriteria efisiensi pemasaran yang dikemukakan oleh Soekartawi (2002) jika efisiensi pemasaran <5% maka dinyatakan efisien sedangkan efisiensi pemasaran >5% dikatakan tidak efisien. Berdasarkan kriteria tersebut, saluran II, III dan IV dikatakan efisien karena memiliki nilai efisiensi pemasaran < dari 5% sedangkan pada saluran I dikatakan tidak efisien karena memiliki nilai efisiensi pemasaran > dari 5%. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudana (2019).

3.4 Elastisitas Transmisi Harga

Untuk mengetahui besaran elastisitas transmisi harga digunakan persamaan dengan menghubungkan harga di tingkat produsen dan harga di tingkat pengecer pada waktu yang berbeda. Pada penelitian ini harga yang digunakan adalah harga ikan kering pada bulan November 2021 dan harga ikan kering yang terjadi pada bulan Maret 2022. Ini bisa dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Elastisitas transmisi harga ikan kering di Kota Bengkulu

No	Jenis Ikan	Elastisitas Transmisi Harga (Rp/Kg)
1	Ikan Kering Tawar	0,27
2	Ikan Kering Asin	0,09

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai elastisitas transmisi harga yang terjadi pada ikan kering tawar sebesar 0,27. Hal ini berarti pasar tidak berjalan secara efisien. Sedangkan jenis ikan kering asin memperoleh transmisi harga sebesar 0,09 artinya perubahan harga 1% di tingkat konsumen akan mengakibatkan perubahan harga yang kurang dari 1% di tingkat pengolah ikan kering. Sehingga keadaan pasar tidak bersaing sempurna (kurang efisien) dan perubahan harga yang diteruskan kepada pembuat ikan kering lambat. Hal tersebut sesuai dengan kriteria elastisitas transmisi harga yang dikemukakan oleh Sudiyono (2004) mengatakan apabila nilai elastisitas transmisi harga <1 maka keadaan pasar tidak bersaing sempurna (kurang efisien) dan perubahan harga yang diteruskan kepada produsen lambat, apabila nilai elastisitas transmisi harga $=1$ maka keadaan pasar bersaing sempurna (efisien) dan perubahan harga yang diteruskan ke produsen cepat kemudian apabila nilai elastisitas >1 maka keadaan pasar tidak bersaing sempurna (tidak efisien) dan perubahan harga yang diteruskan kepada produsen tidak seluruhnya diteruskan langsung. Kepekaan perubahan harga pada tingkat pembuat ikan kering lebih kecil dibandingkan dengan kepekaan perubahan harga pada tingkat konsumen sehingga menyebabkan keadaan pasar kurang efisien. Keadaan pasar yang disebabkan oleh transmisi harga dari pembuat ikan kering ke konsumen dan sebaliknya kurang berjalan dengan baik karena margin pemasaran yang besar pada lembaga pemasaran pedagang pengecer sebagai pelaku pasar yang menghambat transmisi harga ikan kering. Kondisi pasar ikan kering tersebut menyebabkan pembuat ikan kering dan konsumen tidak mendapatkan keuntungan atau kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh simpulan sebagai Rantai pasok ikan kering yang ada di Kota Bengkulu dimulai dari nelayan sebagai penyedia bahan baku, pembuat ikan kering sebagai produsen yang mengubah

ikan segar menjadi ikan kering, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sebagai lembaga pemasaran dan konsumen akhir sebagai pemakai ikan kering. Terdapat empat pola aliran rantai pasok ikan kering di Kota Bengkulu. Saluran I: nelayan-pembuat ikan kering-pedagang pengumpul-pedagang pengecer dan konsumen. Saluran II: nelayan-pembuat ikan kering-pedagang pengumpul-konsumen. Saluran III: nelayan-pembuat ikan kering-pedagang pengecer-konsumen. Saluran IV: nelayan-pembuat ikan kering-konsumen. Setiap aliran rantai pasok ikan kering yang terlibat terdiri dari tiga aliran yaitu aliran produk, aliran informasi dan aliran finansial.

Total margin pemasaran, *farmers share* dan efisiensi pemasaran ikan kering tawar pada aliran I sebesar Rp.13.112/Kg (85%) nilai efisiensi pemasaran 3,35% (efisien), pada aliran II sebesar Rp.6.342/Kg (86%) nilai efisiensi pemasaran 1,19% (efisien). pada aliran III sebesar Rp.13.112/Kg (75%) nilai efisiensi pemasaran 1,91% (efisien), aliran rantai pasok IV tidak memiliki margin pemasaran dan nilai efisiensi pemasaran dengan *farmers share* 100% (efisien). Sedangkan total margin pemasaran dan *farmers share* ikan kering asin pada aliran I sebesar Rp.11.955/Kg (72%) nilai efisiensi pemasaran 6,44% (tidak efisien), pada aliran II sebesar Rp.3.964/Kg nilai efisiensi pemasaran 2,68 (efisien), pada aliran III sebesar Rp.11.955/Kg nilai efisiensi pemasaran 3,35 (efisien), besaran margin pemasaran tidak ada pada aliran rantai IV dan nilai efisiensi pemasaran dengan *farmer share* sebesar 100% (efisien). Aliran rantai pasok paling efisien bagi pembuat ikan kering adalah aliran IV.

Transmisi harga yang diperoleh pada ikan kering tawar 0,27 dan pada ikan kering asin 0,09. Artinya perubahan harga 1% di tingkat konsumen akan mengakibatkan perubahan harga yang kurang dari 1% di tingkat pengolah ikan kering. Kondisi pasar ikan kering tawar dan asin tersebut menyebabkan pembuat ikan kering dan konsumen tidak mendapatkan keuntungan terhadap perubahan harga yang terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran dalam pemasaran ikan kering hendaknya seluruh lembaga pemasaran yang terlibat terbuka dalam perubahan harga yang terjadi sehingga seluruh pelaku rantai pasok dapat merasakan keuntungan yang sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian Cetakan Pertama*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP). 2018. *Profil Potensi Usaha dan Peluang Investasi Kelautan dan Perikanan Provinsi Bengkulu*. Kota Bengkulu.
- Pujawan, I. N., 2005. *Supply Chain Management*. PT. Guna Widya, Surabaya
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 134 hal.
- Sudiyono, Armand. (2004). *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.

Jurnal/Prosiding/Disertasi/Tesis/Skripsi

- Emhar, dkk. 2014. *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Komoditas Daging Sapi di Kabupaten Jember*. Jurnal Berkala Ilmiah Pertanian. Vol 1 No 2 Hal 53-61.
- Fadhullah, A.,D. 2018. *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Kedelai di UD Adem Ayem Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan*. Universitas Sebelas Maret. Vol 4(2).
- Isnaniati, S. 2022. *Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Harga Jual Guna Menghitung Laba Pada Perusahaan (Studi Kasus Pada Tahu Dan Takwa Bah Kacung Cakrawijaya, Kediri)*. Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol 8(1).
- Januwiata, I.,K. 2014. *Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013*. Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA. Vol 1(4).
- Jumati. 2012. *Analisis Pemasaran dan Tingkat Pendapatan Nelayan Pada Agribisnis Pengasapan Ikan Cakalang (Katsuwonus Pelamis) (Studi Kasus di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba)*. Jurnal Ilmu Perikanan. Vol 1(1).
- Maisyaroh, N. 2014. *Analisis Pemasaran Hasil Tangkapan Lobster (Panulirus Sp) di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Se-Kabupaten Gunung Kidul*. Jurnal of Fisheries Resource Utilization Management and Technology. Vol 3(3): 131-140.
- Nuriati, N., K. 2018. *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem*. Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA. Vol 10(2).
- Nuvi, V., L. Suryantini, A dan Fadhliani, Z. 2021. *Efisiensi Pemasaran Bawang Putih*

Kecamatan Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada.

- Pratasik. 2021. *Analisis Rantai Pasok Beras di tebing Tinggi*. Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Vol 1(4).
- Riswandi, D., I dan Wawan Oktariza. 2015. *Analisis Margin Dan Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng Dan Ikan Tongkol di DKI Jakarta*. Jurnal Sains Terapan Edisi V. Vol 5(1): 60-73.
- Sudana, I Wayan. 2019. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Bali. Vol 11(2).
- Tetty, T. 2021. *Efisiensi Pemasaran Ikan Tamban Salai di Kabupaten Lingga*. Jurnal Agribisnis Perikanan: AGRIKAN. Vol 14(2):371-376.
- Zamdial, Z., Muqsit, A., dan Wulandari, U. 2020. *Pemetaan Daerah Penangkapan Ikan (Fishing Ground) Nelayan Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu*. Jurnal Enggano. Vol 5(2):205-218. <https://doi.org/10.31186/jenggano.5.2.205-218>.