

## ANALISIS DISTRIBUSI DAN MARGIN PEMASARAN IKAN CAKALANG DI KEDONGANAN, KABUPATEN BADUNG

*Analysis of Distribution and Marketing Margin of Cakalang Fish in Kedonganan,  
Badung Regency.*

**Ni Luh Novi Ekayani, I Ketut Satriawan\*, Sri Mulyani**

PS Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit  
Jimbaran, Badung, Kode pos : 80361; Telp/Fax : (0361) 701801.

Diterima 13 Maret 2019 / Disetujui 04 April 2019

### ABSTRACT

*This study aims to determine the marketing distribution line of cakalang fish from fishermen in Kedonganan to the end consumers and calculate the marketing margins obtained in each distribution channel. This research was conducted in July-September 2018. This study uses a survey method that uses sampling techniques namely purposive and snowball sampling. There are 4 distribution lines of cakalang fish in Kedonganan, Badung Regency from fishermen in Kedonganan to the final consumers, namely Line I (Fisherman → Collectors → Market Traders → Consumer), Line II (Fisherman → Collectors → Market Traders → Motorcycle Traders → Consumer), Line III (Fisherman → Market Traders → Consumer), Line IV (Fisherman → Market Traders → Motorcycle Traders → Shopkeeper → Consumer). Market and profit margins on each distribution line of cakalang fish in Kedonganan, Badung Regency from fishermen in Kedonganan to end consumers, namely on line I the marketing margin is Rp. 5.833,33/kg and the profit margin is Rp. 3.226,68/kg, line II marketing margin of Rp. 8.175,00/kg and profit margin of Rp. 3.503,42/kg, line III marketing margin of Rp. 5.500,00/kg and profit margin of Rp. 4.095,74/kg, line IV marketing margin of Rp. 12.500,00/kg and the profit margin is Rp. 6.853,39/kg.*

**Keywords:** cakalang fish, distribution lines, marketing margins, profit margin

---

\*Korespondensi Penulis:  
Email : satriawan@unud.ac.id

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara maritim karena sebagian besar wilayahnya terdiri dari laut yang memiliki potensi perikanan yang sangat besar dan memiliki keanekaragaman hayati. Kurang lebih sebanyak 3.000 jenis ikan hidup di perairan laut dan perairan tawar (Haryani, 2008). Ikan Cakalang merupakan salah satu jenis ikan yang terdapat di perairan Indonesia. Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) adalah ikan berukuran sedang dari familia *Skombridae* (tuna) (Saainin, 1984). Berdasarkan dari data pendaratan ikan di Kedonganan tahun 2017 jumlah hasil tangkapan ikan cakalang merupakan jumlah terbanyak dari jenis ikan lainnya yaitu sebanyak 516.831 kg (Anonim, 2017), maka dari itu ikan cakalang dipilih sebagai objek dalam penelitian ini. Ikan cakalang lebih dikenal sebagai ikan tongkol oleh nelayan di Kedonganan.

Pemasaran merupakan kegiatan terpenting dalam usaha distribusi dan pemasaran ikan laut segar. Kegiatan pemasaran ini menjadi salah satu faktor penentu berjalannya usaha penjualan secara umum, khususnya nelayan sebagai produsen (Tjiptono, 2008). Dalam saluran distribusi, produsen seringkali menggunakan perantara sebagai penyalurnya, perantara ini merupakan suatu kegiatan yang berdiri sendiri yang berada diantara produsen dan konsumen akhir (Kakati *et al.*, 2017). Dalam pemasaran ikan, harga ikan pastinya tidak akan sama disetiap jalur distribusi. Hal ini dikarenakan adanya beberapa jalur yang dilewati ikan sebelum sampai pada konsumen akhir, semakin panjang jalur yang akan dilewati maka akan berpengaruh terhadap harga ikan pada konsumen terakhir (Septiara *et al.*, 2012). Menurut Hapsari (2014), bahwa diperlukan saluran distribusi pemasaran yang baik dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen.

Panjang pendeknya proses distribusi pemasaran berpengaruh terhadap harga dari

barang pada konsumen terakhir (Jansen *et al.*, 2016). Fenomena yang dihadapi nelayan dalam masalah pemasaran dan distribusi adalah pola-pola distribusi rumit dan panjang yang menyebabkan beberapa konsekuensi yang dihadapi nelayan, diantaranya ; 1) tekanan harga dari pedagang perantara (pengepul, tengkulak); 2) waktu penyampaian produk ke konsumen menjadi lambat dengan resiko kebusukan dan kerusakan ikan; 3) turunnya permintaan konsumen akibat perubahan kondisi produk; dan 4) turunnya permintaan akibat harga yang semakin tinggi yang menyebabkan konsumen cenderung akan mengganti produk lain sebagai produk pengganti misalnya ikan ke daging ayam atau daging sapi (Johanson, 2013). Menurut Elpawati *et al.*, (2014), banyak dan panjangnya saluran distribusi tentunya mendorong harga semakin tinggi di tingkat pasar akibat dari banyak pedagang perantara yang mengambil keuntungan atas kegiatannya ditambah biaya operasional yang dikeluarkan oleh pedagang perantara yang dibebankan pada harga konsumen, sementara penghasilan dari para nelayan tidak meningkat.

Hasil tangkapan ikan cakalang di Kedonganan dalam pemasarannya tentu mengalami beberapa jalur distribusi dari nelayan hingga ke konsumen. Pada umumnya, harga, tingkatan distribusi, margin pemasaran dan keuntungan ikan dipasaran tergantung pada jalur distribusi yang dilalui dari nelayan sebagai produsen sampai konsumen (Winardi, 2004). Permasalahan yang terjadi yaitu belum diketahui jalur distribusi, margin pemasaran dan keuntungan ikan cakalang di Kedonganan sampai ke konsumen akhir. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian tentang analisis distribusi ikan cakalang di Kedonganan sampai ke konsumen akhir. Selain itu perlu juga diteliti tentang margin pemasaran dan keuntungan pada setiap jalur distribusi ikan

cakalang. Kedonganan dipilih sebagai lokasi penelitian karena Kedonganan merupakan pusat perikanan terbesar di wilayah Bali Selatan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jalur distribusi pemasaran ikan cakalang dari nelayan di Kedonganan hingga ke konsumen akhir dan menghitung margin pemasaran dan margin keuntungan yang diperoleh pada setiap jalur distribusi. Manfaat penelitian ini dapat memberikan informasi saluran pemasaran ikan cakalang dari nelayan di Kedonganan, Kabupaten Badung, serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Kedonganan, Kabupaten Badung dan Laboratorium Teknik Manajemen Industri, Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Udayana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* untuk menentukan lokasi penelitian dan responden yang menjadi sampel, kemudian dilanjutkan dengan metode *Snowball sampling* untuk menentukan responden pengepul, pedagang pasar, pedagang motor dan pedagang warung yang terdapat pada jalur distribusi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, penyebaran kuisioner. Tahapan penelitian dimulai dengan survei pendahuluan, yaitu observasi secara langsung ke lokasi penelitian untuk mengetahui gambaran umum tentang lokasi, nelayan yang berlabuh dan penjualan hasil tangkapan ikan di Kedonganan. Tahapan selanjutnya yaitu penyusunan kuisioner berdasarkan beberapa parameter penelitian yaitu, jalur distribusi ikan cakalang, biaya yang dikeluarkan nelayan untuk melaut, harga jual produsen (nelayan) (Rp/kg), harga beli konsumen (Rp/kg), biaya pemasaran pada masing-masing jalur distribusi (transportasi,

pengolahan, penyimpanan, pungutan, tenaga kerja).

Tahap berikutnya penentuan populasi dan sampel. Populasi yang diamati dalam penelitian ini adalah nelayan, pengepul, pedagang pasar, pedagang motor dan pedagang warung. Pengambilan sampel nelayan menggunakan metode *purposive sampling* dengan karakteristik, yaitu: nelayan yang berlabuh dan menjual ikan cakalang di Kedonganan, Kabupaten Badung minimal 3 kali dalam satu periode tangkap/musim. Berdasarkan syarat pengambilan sampel, diperlukan data minimal 30% dari jumlah populasi (Singarimbun dan Effendi, 1989). Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 38,1 atau 39 orang dari 127 orang nelayan. Untuk menentukan jalur distribusi menggunakan teknik *snowball sampling* dengan bantuan *key-informan* untuk mendapat petunjuk responden berikutnya. *Key-informan* dalam penelitian ini adalah, 1) nelayan, sebagai penangkap ikan; 2) pengepul, sebagai pedagang yang menampung seluruh ikan dari hasil tangkapan nelayan yang kemudian dijual kembali pada pengecer atau tengkulak; 3) pengecer atau tengkulak, pedagang yang menjual ikan langsung ke konsumen. Tahap selanjutnya adalah penyebaran kuisioner kepada responden terpilih, kemudian mengidentifikasi jalur distribusi untuk mengetahui jalur distribusi hasil tangkapan ikan cakalang di Kedonganan, Kabupaten Badung dan pelaku-pelaku yang terlibat dalam jalur distribusi. Tahapan terakhir yaitu melakukan analisis data, untuk menghitung margin pemasaran dan margin keuntungan yang diperoleh pada setiap jalur distribusi.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### **Gambaran Umum Wilayah Penelitian**

Kedonganan merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Kedonganan terkenal

dengan sektor perikananannya karena terletak di selatan Pulau Bali yang merupakan desa pesisir dengan luas hanya 1,91 km<sup>2</sup>. Kelurahan Kedonganan terletak di ujung utara Kecamatan Kuta Selatan yang berbatasan dengan Kelurahan Tuban di sebelah utara, Kelurahan Jimbaran di sebelah selatan, Samudera Indonesia di sebelah barat, dan Teluk Benoa di sebelah timur, hal inilah yang menyebabkan sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai nelayan. Sektor perikanan dan kelautan berkembang dengan baik terutama di laut bagian barat (Sucipta, 2013). Secara administratif, Kelurahan Kedonganan dibagi menjadi 6 Banjar yaitu Banjar Kubu Alit, Banjar Anyar Gede, Banjar Ketapang, Banjar Pengendaran, Banjar Pasek dan Banjar Kertayasa (Anonim, 2018).

Kedonganan juga memiliki Tempat Pelelangan Ikan (TPI) yang menampung ikan-ikan hasil tangkapan para nelayan. TPI Kedonganan merupakan pelabuhan perikanan tipe D yang memanfaatkan sumberdaya ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP) RI 573 yaitu PPI Kedonganan. Estimasi potensi sumberdaya ikan di PPI Kedonganan mencapai 929.330 ton yang didominasi oleh ikan pelagis besar dan ikan pelagis kecil (Rini *et al.*, 2017). Nelayan di Kedonganan dapat dikategorikan sebagai nelayan tradisional, karena armada penangkapan yang banyak digunakan berukuran <10 GT serta waktu kegiatan penangkapannya hanya satu hari (Wijayanto *et al.*, 2015). Kedonganan dalam perkembangannya telah mampu membangun ikonnya sendiri sebagai Kampung Nelayan dengan sentra usaha perikanan dan kelautan terbesar di Bali. Seiring berjalannya waktu, masyarakat Kedonganan yang berprofesi sebagai nelayan semakin berkurang, karena telah banyak yang beralih profesi menjadi pekerja swasta (Anonim, 2018).

### **Karakteristik Responden**

Responden yang terlibat dalam penelitian ini yaitu nelayan, pengepul, pedagang pasar, pedagang motor dan pedagang warung. Usia penduduk dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu usia muda (<15 tahun), usia produktif (15-64 tahun) dan usia tua (≥65 tahun) (Tjiptoherijanto, 2001). Karakteristik responden berdasarkan umur dan pendidikan disajikan pada Tabel 1.

Nelayan yang menjadi responden dalam penelitian ini merupakan nelayan yang berlabuh dan menjual hasil tangkapan ikan cakalang di Kedonganan, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung minimal 3 kali dalam satu periode tangkap/musim yaitu sebanyak 39 orang nelayan. Karakteristik nelayan berdasarkan umur dan pendidikan disajikan pada Tabel 1. Nelayan yang menjadi responden telah berprofesi sebagai nelayan minimal selama satu tahun hingga 35 tahun. Nelayan beroperasi menggunakan armada milik sendiri dan ada yang menyewa dengan sistem bagi hasil. Nelayan dalam sekali melaut dibantu oleh 2 sampai 30 orang tergantung besar kecilnya armada yang digunakan. Beberapa jenis armada yang digunakan melaut oleh nelayan Kedonganan yaitu Jukung, Perahu Viber 1-2 GT, dan Kapal Payangan 3-4 GT. Hasil tangkapan ikan cakalang nelayan berubah-ubah setiap harinya, sekitar 3 kg sampai 2 ton, namun pernah juga tidak dapat sama sekali. Nelayan menjual hasil tangkapan ikan cakalang langsung kepada konsumen maupun pedagang perantara. Penjualan yang dilakukan oleh nelayan berbeda-beda, ada yang langsung menjual ke pengepul, pedagang pasar, pengecer dan ada juga yang menjual langsung kepada konsumen. Kisaran harga jual ikan cakalang yaitu Rp 7.000/kg sampai Rp 40.000/kg tergantung dari jumlah hasil tangkapan ikan yang didapat dan harga pasar.

Pengepul yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 3 orang. Karakteristik pengepul berdasarkan umur dan

pendidikan disajikan pada Tabel 1. Pengepul membeli langsung ikan dari nelayan yang sudah menjadi langganan tetap, ikan yang dibeli sebanyak 500 kg sampai 5 ton dalam sekali transaksi pembelian tergantung dari jumlah hasil tangkapan yang diperoleh nelayan. Pengepul membeli ikan minimal 20 kali dalam sebulan, dengan jenis ikan yang bervariasi tergantung jenis ikan yang didapat nelayan. Pengepul mengambil langsung ikan dari nelayan dengan menggunakan jasa

tukang panggul (tukang panol) dengan upah Rp 20.000/keranjang dengan berat kurang lebih 1 kuintal per keranjang. Harga ikan cakalang yang dibeli dari nelayan kisaran Rp 7.000/kg sampai Rp 14.000/kg, kemudian pengepul menjual ikan kepada pedagang pasar, pengecer maupun konsumen dengan harga lebih mahal 10% sampai 30% per kg dari harga beli. Penentuan harga jual dilakukan berdasarkan situasi harga yang berlaku di pasar.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan umur dan pendidikan.

Karakteristik	Nelayan		Pengepul		Pedagang Pasar		Pedagang Motor		Pedagang Warung	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Kelompok umur										
a. < 15 tahun	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
b. 15 - 64 tahun	38	97,44	3	100	10	100	4	100	2	100
c. > 64 tahun	1	2,56	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>
Pendidikan										
a. Tidak Tamat Sekolah	5	12,82	0	0	0	0	0	0	0	0
b. SD	14	35,90	1	33	3	30	3	75	0	0
c. SMP	15	38,46	2	67	5	50	1	25	2	100
d. SMA	5	12,82	0	0	2	20	0	0	0	0
e. Sarjana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer (2018)

Jumlah responden pedagang pasar yaitu sebanyak 10 orang. Karakteristik pedagang pasar berdasarkan umur dan pendidikan disajikan pada Tabel 1. Seluruh responden pedagang pasar merupakan pedagang tetap di pasar ikan Kedonganan. Ikan yang dijual oleh pedagang pasar merupakan ikan segar didapat langsung dari nelayan dan dari pengepul yang sudah menjadi langganan. Pedagang pasar menjual ikan-ikannya di kios-kios pasar ikan Kedonganan dengan biaya sewa kios Rp 400.000 per bulannya sudah termasuk biaya listrik dan air. Responden mengambil ikan dari nelayan maupun pengepul dengan menggunakan jasa tukang panggul (tukang panol) dengan upah Rp 20.000/keranjang dengan berat kurang

lebih 1 kuintal per keranjang. Jumlah ikan yang dibeli pedagang pasar berkisar antara 35 kg sampai 100 kg per hari. Harga ikan cakalang yang dibeli dari nelayan dan pengepul kisaran Rp 14.000/kg sampai Rp 25.000/kg, kemudian pedagang pasar menjual ikan ke konsumen dengan mengambil keuntungan sebanyak 10% sampai 30% per kg dari harga beli. Penentuan harga jual dilakukan berdasarkan situasi harga yang berlaku di pasar.

Pedagang motor yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 4 orang. Karakteristik pedagang motor berdasarkan umur dan pendidikan disajikan pada Tabel 1. Pedagang motor kebanyakan membeli ikan di pedagang pasar dan ada yang

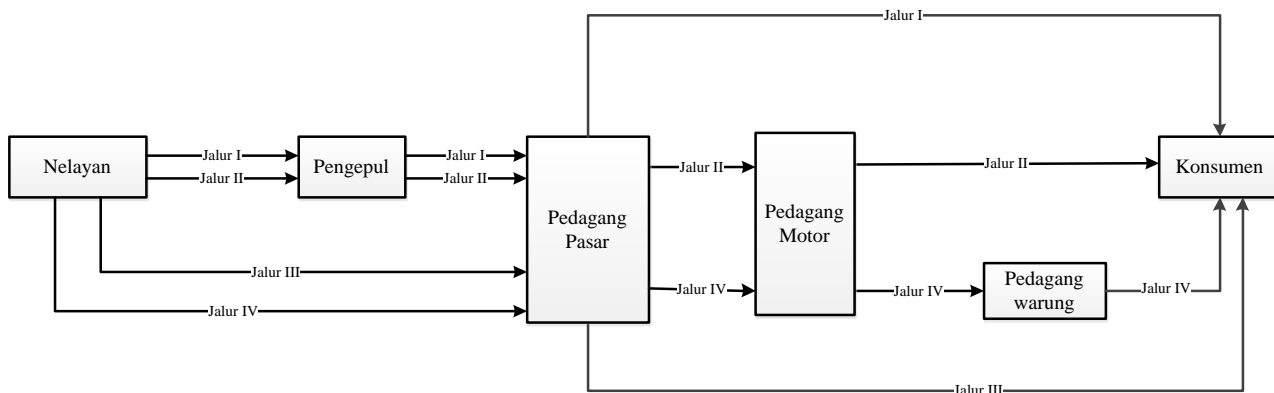
langsung membeli pada nelayan. Ikan yang dibeli sebanyak 10 kg sampai 20 kg dalam sekali transaksi pembelian. Harga ikan cakalang yang dibeli dari nelayan maupun pedagang pasar kisaran Rp 7.000/kg sampai Rp 25.000/kg, kemudian pedagang motor menjual ikan kepada konsumen dan warung dengan cara berkeliling di daerah Kedonganan dan sekitarnya. Pedagang motor menjual ikan segar dan ada juga yang sudah diolah dengan cara pemindangan dengan mengambil keuntungan sebanyak 20% sampai 40% per kg dari harga beli. Penentuan harga jual dilakukan berdasarkan situasi harga yang berlaku di pasar.

Pedagang warung yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 2 orang. Karakteristik pedagang warung berdasarkan umur dan pendidikan disajikan pada Tabel 1. Pedagang warung tidak khusus menjual ikan, melainkan menjual sembako dan barang kebutuhan lainnya. Pedagang

warung membeli ikan segar maupun yang sudah diolah (pindang) dari pedagang motor sebanyak 3 kg sampai 5 kg dalam sekali transaksi pembelian. Harga ikan cakalang yang dibeli kisaran Rp 20.000/kg sampai Rp 23.000/kg. Pedagang warung menjual ikan langsung kepada konsumen yang datang ke warung dengan mengambil keuntungan sebanyak 20% sampai 40% per kg dari harga beli. Penentuan harga jual dilakukan berdasarkan situasi harga yang berlaku di pasar.

**Jalur Distribusi Ikan Cakalang di Kedonganan, Kabupaten Badung**

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditetapkan 4 jenis jalur distribusi ikan cakalang dari nelayan di Kedonganan, Kabupaten Badung hingga sampai ke konsumen akhir yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Jalur distribusi ikan cakalang di Kedonganan, Kabupaten Badung

Gambar 1 menjelaskan bahwa nelayan menjual hasil tangkapan ikan cakalang kepada pengepul, pedagang pasar, pedagang motor, pedagang warung yang membentuk 4 jalur distribusi ikan cakalang dari nelayan di Kedonganan, Kabupaten Badung hingga sampai ke konsumen.

Jalur I : Nelayan → Pengepul → Pedagang Pasar → Konsumen

Pada jalur ini nelayan menjual hasil tangkapan ikan cakalang ke pengepul. Pengepul mengambil langsung ikan dari

Pengepul mengambil langsung ikan dari nelayan dengan menggunakan jasa tukang panggul (tukang panol), kemudian pengepul menjual kembali ikan cakalang ke pedagang pasar. Terakhir pedagang pasar menjual ikan cakalang di pasar kepada konsumen.

Jalur II : Nelayan → Pengepul → Pedagang Pasar → Pedagang Motor → Konsumen

Pada jalur ini nelayan menjual hasil tangkapan ikan cakalang ke pengepul. Pengepul mengambil langsung ikan dari

nelayan dengan menggunakan jasa tukang panggul (tukang panol), kemudian pengepul menjual kembali ikan cakalang ke pedagang pasar. Pedagang pasar menjual ikan ke pedagang motor. Terakhir pedagang motor menjual ikan cakalang kepada konsumen dengan cara berkeliling menggunakan sepeda motor di sekitar daerah Jimbaran.

Jalur III : Nelayan → Pedagang Pasar → Konsumen

Pada jalur ini nelayan menjual hasil tangkapan ikan cakalang ke pedagang pasar. Pedagang pasar mengambil langsung ikan dari nelayan dengan menggunakan jasa tukang panggul (tukang panol), kemudian pedagang pasar menjual ikan cakalang di pasar kepada konsumen yang datang ke

pasar.

Jalur IV : Nelayan → Pedagang Pasar → Pedagang Motor → Pedagang Warung → Konsumen

Pada jalur ini nelayan menjual hasil tangkapan ikan cakalang ke pedagang pasar. Pedagang pasar mengambil langsung ikan dari nelayan dengan menggunakan jasa tukang panggul (tukang panol). Pedagang pasar menjual ikan ke pedagang motor. Kemudian pedagang motor menjual ikan cakalang kepada pedagang warung di sekitar daerah Jimbaran. Terakhir pedagang warung menjual ikan cakalang kepada konsumen

#### **Margin Pemasaran dan Margin Keuntungan Setiap Jalur Distribusi**

Tabel 1. Margin pemasaran dan margin keuntungan setiap jalur distribusi.

Jalur	Jalur I	Jalur II	Jalur III	Jalur IV
Harga Beli	Rp 16.500,00	Rp 16.500,00	Rp 16.500,00	Rp 16.500,00
Harga Jual	Rp 22.333,33	Rp 24.675,00	Rp 22.000,00	Rp 29.000,00
Margin Pemasaran	Rp 5.833,33	Rp 8.175,00	Rp 5.500,00	Rp 12.500,00
Biaya Pemasaran	Rp 2.606,66	Rp 4.671,58	Rp 1.404,26	Rp 5.646,61
Margin Keuntungan	Rp 3.226,68	Rp 3.503,42	Rp 4.095,74	Rp 6.853,39

Sumber: Data primer (2018)

Pada jalur I, pelaku yang terlibat yaitu nelayan, pengepul dan pedagang pasar. Harga jual ikan cakalang pada tingkat nelayan yaitu Rp. 16.500,00/kg. Pada tingkat pengepul biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.391,28/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi biaya tenaga kerja, pengangkutan, transportasi, penyimpanan, sewa tempat, listrik, air dan peralatan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pengepul Rp. 19.000,00/kg. Pada tingkat pedagang pasar biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.215,38/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi biaya tenaga kerja, pengangkutan, penyimpanan, sewa tempat, listrik, air dan peralatan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pedagang pasar Rp. 22.333,33/kg. Berdasarkan hal tersebut maka hasil perhitungan margin pemasaran dan margin

keuntungan pada jalur I yaitu margin pemasaran sebesar Rp. 5.833,33/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 3.226,68/kg.

Pada jalur II, pelaku yang terlibat yaitu nelayan, pengepul, pedagang pasar dan pedagang motor. Harga jual ikan cakalang pada tingkat nelayan yaitu Rp. 16.500,00/kg. Pada tingkat pengepul biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.652,88/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi biaya tenaga kerja, pengangkutan, transportasi, penyimpanan, sewa tempat, listrik, air dan peralatan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pengepul Rp. 21.500,00/kg. Pada tingkat pedagang pasar biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.157,84/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi biaya tenaga kerja, pengangkutan, penyimpanan, sewa tempat, listrik, air dan peralatan, sehingga

harga jual ikan cakalang ditingkat pedagang pasar Rp. 20.750,00/kg. Pada tingkat pedagang motor biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.860,86/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi penyimpanan, transportasi dan pengemasan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pedagang motor Rp. 24.675,00/kg. Berdasarkan hal tersebut maka hasil perhitungan margin pemasaran dan margin keuntungan pada jalur II yaitu margin pemasaran sebesar Rp. 8.175,00/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 3.503,42/kg.

Pada jalur III, pelaku yang terlibat yaitu nelayan dan pedagang pasar. Harga jual ikan cakalang pada tingkat nelayan yaitu Rp. 16.500,00/kg. Pada tingkat pedagang pasar biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.404,26/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi biaya tenaga kerja, pengangkutan, penyimpanan, sewa tempat, listrik, air dan peralatan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pedagang pasar Rp. 22.000,00/kg. Berdasarkan hal tersebut maka hasil perhitungan margin pemasaran dan margin keuntungan pada jalur III yaitu margin pemasaran sebesar Rp. 5.500,00/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 4.095,74/kg.

Pada jalur IV, pelaku yang terlibat yaitu nelayan, pedagang pasar, pedagang motor dan pedagang warung. Harga jual ikan cakalang pada tingkat nelayan yaitu Rp. 16.500,00/kg. Pada tingkat pedagang pasar biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 981,14/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi biaya tenaga kerja, pengangkutan, penyimpanan, sewa tempat, listrik, air dan peralatan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pedagang pasar Rp. 19.500,00/kg. Pada tingkat pedagang motor biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.898,81/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi penyimpanan, transportasi dan pengemasan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pedagang motor Rp. 26.250,00/kg. Pada tingkat pedagang warung

biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 2.766,67/kg. Biaya pemasaran tersebut meliputi penyimpanan, pengolahan dan pengemasan, sehingga harga jual ikan cakalang ditingkat pedagang warung Rp. 29.000,00/kg. Berdasarkan hal tersebut maka hasil perhitungan margin pemasaran dan margin keuntungan pada jalur III yaitu margin pemasaran sebesar Rp. 12.500,00/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 6.853,39/kg.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada 4 jenis jalur distribusi, diperoleh margin pemasaran dan margin keuntungan tertinggi terdapat pada jalur IV yaitu Nelayan → Pedagang Pasar → Pedagang Motor → Pedagang Warung → Konsumen sebesar Rp 12.500,00/kg dan Rp 6.853,39/kg. Margin pemasaran dan margin keuntungan terendah terdapat pada Jalur III yaitu Nelayan → Pedagang Pasar → Konsumen sebesar Rp. 5.500,00/kg dan Rp 4.095,74/kg. Hal ini disebabkan karena semakin panjang jalur distribusi maka semakin besar margin pemasaran sehingga jalur distribusi tersebut semakin tidak efisien. Sebaliknya, semakin pendek jalur distribusi maka semakin kecil margin pemasarannya sehingga jalur distribusi tersebut semakin efisien (Ibrahim, 1998). Selain itu, pada jalur IV terdapat biaya pengolahan pada tingkat pedagang warung, sehingga harga yang diperoleh pada tingkat konsumen akhir pada jalur IV paling tinggi dari harga konsumen akhir di jalur I, II dan III.

Berdasarkan keempat jenis jalur yang ditetapkan pada penelitian ini, jalur II dan jalur IV merupakan jalur distribusi yang terpanjang, namun jalur yang memiliki margin pemasaran dan margin keuntungan tertinggi yaitu jalur IV. Nilai margin pemasaran dipengaruhi oleh biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diambil masing-masing lembaga pemasaran (Elpawati *et al.*, 2014). Jalur IV memiliki margin pemasaran dan margin keuntungan



tertinggi dikarenakan besarnya biaya pemasaran dan tingginya harga jual ditingkat konsumen terakhir. Jalur III merupakan jalur distribusi terpendek dari keempat jalur yang ditetapkan, dan memiliki margin pemasaran dan keuntungan terendah karena biaya pemasaran yang dikeluarkan sedikit dan harga jual ditingkat konsumen akhir juga paling rendah diantara keempat jalur lainnya.

Jalur III merupakan jalur distribusi yang efisien tetapi distribusi pemasarannya sempit.

Margin pemasaran dan margin keuntungan pada setiap tingkatan dapat dilihat pada Tabel 2 dan margin pemasaran dan margin keuntungan tertinggi dan terendah pada setiap tingkatan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Margin pemasaran dan margin keuntungan pada setiap tingkatan.

Tingkatan	Margin	Jalur I	Jalur II	Jalur III	Jalur IV
Pengepul	Margin Pemasaran (Rp)	2.500,00	3.000,00	-	-
	Margin Keuntungan (Rp)	1.108,72	1.347,12	-	-
Pedagang Pasar	Margin Pemasaran (Rp)	2.500,00	2.750,00	2.600,00	3.000,00
	Margin Keuntungan (Rp)	1.284,62	1.592,16	1.195,74	2.018,86
Pedagang Motor	Margin Pemasaran (Rp)	-	3.000,00	-	2.250,00
	Margin Keuntungan (Rp)	-	1.139,14	-	351,19
Pedagang Warung	Margin Pemasaran (Rp)	-	-	-	3.250,00
	Margin Keuntungan (Rp)	-	-	-	483,33

Sumber: Data primer (2018)

Tabel 3. Margin pemasaran dan margin keuntungan tertinggi dan terendah pada setiap tingkatan.

Tingkatan	Margin Pemasaran (Rp)		Margin Keuntungan (Rp)	
	Tertinggi	Terendah	Tertinggi	Terendah
Pengepul	3.000,00	2.500,00	1.347,12	1.108,72
Pedagang Pasar	3.000,00	2.500,00	2.018,86	1.195,74
Pedagang Motor	3.000,00	2.250,00	1.139,14	351,19
Pedagang Warung	3.250,00	-	483,33	-

Sumber: Data primer (2018)

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Terdapat 4 jenis jalur distribusi ikan cakalang di Kedonganan, Kabupaten Badung dari nelayan di Kedonganan hingga ke konsumen akhir yaitu Jalur I (Nelayan → Pengepul → Pedagang Pasar → Konsumen), Jalur II (Nelayan → Pengepul → Pedagang Pasar → Pedagang Motor → Konsumen), Jalur III (Nelayan → Pedagang Pasar → Konsumen), Jalur IV (Nelayan →

Pedagang Pasar → Pedagang Motor → Pedagang Warung → Konsumen).

2. Margin pemasaran dan margin keuntungan pada setiap jalur distribusi ikan cakalang di Kedonganan, Kabupaten Badung dari nelayan di Kedonganan hingga ke konsumen akhir yaitu pada Jalur I margin pemasaran sebesar Rp. 5.833,33/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 3.226,68/kg, Jalur II margin pemasaran sebesar Rp. 8.175,00/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 3.503,42/kg, Jalur III margin pemasaran sebesar Rp. 5.500,00/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 4.095,74/kg, Jalur IV margin pemasaran

sebesar Rp. 12.500,00/kg dan margin keuntungan sebesar Rp. 6.853,39/kg.

### Saran

Saran dari penelitian ini adalah perlu dilakukan perhitungan yang lebih detail mengenai biaya produksi nelayan sehingga dapat memotivasi nelayan untuk meningkatkan keuntungannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. Data Pendaratan Ikan di TPI Kedonganan. Unit Pelaksana Teknis Pangkalan Pendaratan Ikan TPI Kedonganan. Dinas Perikanan Kabupaten Badung.
- Anonim. 2018. Geografi dan Demografi Kedonganan. <http://www.lpdkedonganan.com/p/geografi-dan-demograsi-kedonganan.html>. Diakses Pada Tanggal 13 April 2018.
- Elphawati, T. Budiyanto, dan Zulmanery. 2014. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Bandeng Desa Tambak Sari, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang. *Jurnal Agribisnis*. 8(1):83-110.
- Hapsari, T.D. 2014. Distribusi dan Margin Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Tongkol (*Euthymnus Affinis*) di TPI Ujungbatu Jepara. *AQUASAINS (Jurnal Ilmu Perikanan dan Sumberdaya Perairan)*. 2(2):131-138.
- Haryani, E.B.S. 2008. Konservasi Sumber Daya Ikan di Indonesia. Departemen Kelautan dan Perikanan. Jakarta.
- Ibrahim, Y.M.H. 1998. Studi Kelayakan Bisnis. Rineka Cipta. Jakarta.
- Jansen, R. dan J.S.B. Sumarauw. 2016. Analisis Rantai Pasokan Hasil Tangkapan Ikan di Kota Manado dan Kota Bitung. *Jurnal EMBA*. 4(5):303-408.
- Johanson, D. 2013. Analisis Efisiensi Pola Distribusi Hasil Tangkapan Ikan Nelayan Kecamatan Kahayan Kuala Kabupaten Pulang Pisau. *JSM (Jurnal Sains Manajemen)*. 1(1):96-109.
- Kakati, R.P and Chakraborty, M.B. 2017. Evaluation of Tradisional Marketing Channels of Agricultural Produce: Paddy and Rice. *IUP Journal of Marketing Management*. 16(2):54-69.
- Rini, I.P.S., A.N. Bambang dan B.A. Wibowo. 2017. Strategi Pengembangan Pangkalan Ikan (PPI) Kedonganan Kabupaten Badung Bali. *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*. 6(4):119-128.
- Saanin, H. 1984. Taksonomi dan Kunci Identifikasi Ikan. Binacipta. Jakarta.
- Septiara, I., Maulina, I. dan Buwono, I.D. 2012. Analisis Pemasaran Ikan Mas Koki (*Carassius auratus*) di Kelompok Pembudidaya Ikan Kalapa Ciung Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. 3(3):69-73.
- Singarimbun, M. dan S. Effendi. 1989. Metode Penelitian Survei. P3ES. Jakarta.
- Tjiptoherijanto, P. 2001. Proyeksi Penduduk, Angkatan Kerja, Tenaga Kerja, dan Peran Serikat Pekerja dalam Peningkatan Kesejahteraan. *Majalah Perencanaan Pembangunan*. Edisi 23
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wijayanto, D., M.N. Huda, dan R. Yanuartoro. 2015. Analisis Inventarisasi Masalah dan Pengembangan Solusi dalam Pengembangan Perikanan Artisial di

Pantai Kedonganan Bali. Jurnal Saintek Perikanan. 11(1):17-25.

Winardi. 2004. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta.