

ANALISIS RANTAI NILAI PEMASARAN IKAN AIR TAWAR DI KABUPATEN LOMBOK BARAT

(Value Chain Analysis In Marketing Freshwater Fish In West Lombok)

Ni Putu Rika S, Abdullah Usman, Sri Maryati

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Unram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) tingkat pendapatan usaha budidaya ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat. (2) jumlah rantai nilai dalam pemasaran ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat. (3) tingkat efisiensi pemasaran ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat. (4) jenis kendala yang dihadapi pembudidaya ikan air tawar dalam pemasaran ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lombok Barat yaitu Kecamatan Lingsar dan Kecamatan Narmada dengan menetapkan empat desa yaitu Desa Sigerongan, Desa Batu Kumbang, Desa Nyurlembang dan Desa Lembuak dengan melibatkan 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pendapatan pembudidaya ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat sebesar Rp. 132.179.174/proses produksi. (2) Rantai nilai pemasaran ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat melibatkan empat lembaga pemasaran yakni pembudidaya ikan air tawar, pedagang pengepul desa (PPD), pedagang antar pulau (PAP), dan pedagang pengecer dalam menyalurkan produksi ikan air tawar kepada konsumen akhir. (3) Tingkat efisiensi pemasaran ikan air tawar berdasarkan share produsen yaitu saluran I, II tergantung pada komoditas ikan air tawar, sedangkan berdasarkan distribusi keuntungan pada pemasaran ikan air tawar dikatakan tidak adil/tidak merata pada seluruh saluran pemasaran ikan air tawar. (4) Kendala yang dihadapi pembudidaya dalam pemasaran ikan air tawar yaitu harga jual yang rendah pada musim penghujan yang menyebabkan jumlah ikan air tawar meningkat dari biasanya sedangkan permintaan ikan di pasar stabil.

ABSTRACT

The aim of this research was to find out 1) the level of farmers income in freshwater fish farms in West Lombok 2) the value chain in marketing the fish 3) the level of efficiency in marketing the fish 3) the constraints faced by farmers. This research located in West Lombok, district of Lingsar and Narmada with villages: Sigerongan villages, Batu Kumbang villages, Nyurlembang, and Lembuak villages, using 30 respondents. The results indicated that: The income of freshwater fish farmers is Rp. 132.17.174/production process, 2) the marketing value chains involved 4 stake holders: farmers, village collector, inter-island seller and retailer seller; marketing efficiency level of freshwater fish water based on producer share consists of Channel I, Channel II, depend on the commodity of fish water, 4) The constraints is the decrease of selling price in rainy season cause the increase of productivity but in other hand the demand of it is stable.

Keywords: Fish, income, marketing value chain, efficiency

Kata kunci: Ikan, Pendapatan, Rantai Nilai Pemasaran, Efisiensi.

PENDAHULUAN

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia bahan baku pendorong agroindustri, peningkatan devisa melalui penyediaan ekspor hasil perikanan, penyedia kesempatan kerja, peningkatan pendapatan nelayan atau petani ikan dan pembangunan daerah, serta peningkatan kelestarian sumberdaya perikanan dan lingkungan hidup. Perikanan dan kelautan Indonesia memiliki potensi pengembangan ekonomi dan termasuk prospek bisnis yang cukup besar, sehingga dapat dijadikan sebagai sektor andalan untuk mengatasi krisis ekonomi. Pertumbuhan sektor perikanan dan kelautan berasal dari produksi perikanan tangkap maupun perikanan budidaya. Selama ini kegiatan budidaya ikan air tawar lebih banyak dilakukan oleh petani kecil yang belum mempunyai akses terhadap manajemen usaha, pasar dan permodalan. Dalam rangka pemerataan pembangunan, kegiatan budidaya perikanan dapat dijadikan alternatif komoditi di bidang agroindustri yang cukup berprospek bila dikembangkan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ikan Air Tawar di Kabupaten Lombok Barat” dengan tujuan sebagai berikut: untuk mengetahui tingkat pendapatan pembudidaya dalam usaha budidaya ikan air tawar, rantai nilai dalam pemasaran ikan air tawar, efisiensi pemasaran ikan air tawar dan kendala yang dihadapi pembudidaya ikan air tawar dalam pemasaran ikan air tawar.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan untuk memecahkan masalah yang terjadi pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data, menyusun, menganalisa, interpretasi data dan akhirnya menarik kesimpulan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pembudidaya yang membudidayakan ikan air tawar dan pelaku pemasaran ikan air tawar dilihat dari perspektif sistem pemasaran.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lombok Barat, dipilih dua kecamatan secara *Purposive Sampling* yaitu Kecamatan Lingsar dan Kecamatan Narmada. Masing-masing kecamatan ditetapkan dua desa secara *Purposive Sampling* yaitu Desa Sigerongan dan Desa Batu Kumbang untuk Kecamatan Lingsar dan Desa Nyurlembang dan Desa Lembuak untuk Kecamatan Narmada. Penentuan jumlah responden dilakukan secara *Quota Sampling* sebanyak 30 orang pembudidaya masing-masing kecamatan ditetapkan 15 orang. Pemilihan responden dari masing-masing desa sampel ditentukan secara *Accidental Sampling*. Penentuan responden pelaku rantai nilai dilakukan secara *Snowball Sampling*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang diperlukan dalam penelitian yang tidak berbentuk angka tetapi berbentuk kata, kalimat atau gambar yang diperoleh melalui wawancara yaitu meliputi tingkat pendidikan, jenis kelamin, pekerjaan, rantai nilai, dan peran pelaku rantai nilai dan lain-lain, sedangkan data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka-angka meliputi jumlah produksi, harga, margin pemasaran, shar produsen, efisiensi pemasaran, distribusi keuntungan dan lain-lain. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung di lapangan melalui teknik wawancara berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan melalui studi pustaka dan dari lembaga atau instansi terkait. Sumber data primer diperoleh dari wawancara para pembudidaya ikan air tawar, pedagang pengumpul, pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Lingsar dan Kecamatan Narmada. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari lembaga, instansi pemerintah atau dinas-dinas yang terkait dalam penelitian ini seperti Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lombok Barat, Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Barat, dan Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat, selain itu data sekunder juga diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, serta publikasi terkait.

Penelitian ini menggunakan beberapa analisis data yaitu analisis pendapatan, rantai nilai pemasaran yang dianalisis secara deskriptif, analisis efisiensi pemasaran yang menggunakan 3 indikator yaitu share, distribusi keuntungan dan margin pemasaran.

Pendapatan adalah merupakan penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penjualan jasa (fees), bunga, dividen, royalti, dan sewa. Untuk mengetahui pendapatan pembudidaya ikan air tawar maka digunakan analisis pendapatan dengan rumus: $I = TR - TC$, dimana: $I =$ Income (Pendapatan dari usaha budidaya ikan air tawar); $TR =$ Total Revenue (Total penerimaan); $TC =$ Total Cost (Biaya Total);

Rantai nilai pemasaran dikaji dengan menelusuri secara langsung aliran rantai nilai pemasaran ikan air tawar kemudian dianalisis secara deskriptif.

Efisiensi pemasaran dikaji dengan menggunakan dua parameter yaitu share produsen dan distribusi keuntungan. Share produsen yaitu persentase bagian harga yang diterima pembudidaya ikan air tawar dari keseluruhan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir yang dinyatakan dalam satuan persentase (%). Share harga yang diterima produsen dikatakan adil apabila share $\geq 60\%$ diterima produsen, berarti efisiensi pemasaran tercapai.

Untuk mengetahui besarnya share harga yang diterima produsen, digunakan rumus: $FS = \frac{Pr}{Pf} \times 100\%$ dimana: $FS =$ Farmer's Share/share harga yang diterima produsen/pembudidaya ikan air tawar (%); $Pf =$ Harga pembelian ditingkat produsen/pembudidaya ikan air tawar (Rp/Kg); $Pr =$ Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/Kg); Kaidah keputusan share produsen: $FS \geq 60\% =$ efisien; $FS < 60\% =$ tidak efisien; Distribusi keuntungan

Distribusi keuntungan yaitu perbandingan antara keuntungan dari masing-masing lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran. Besarnya distribusi keuntungan (DK) pada tiap-tiap saluran pemasaran digunakan rumus: $DK = \frac{(\pi/c)_{terendah}}{(\pi/c)_{tertinggi}}$, dimana: $DK =$ Distribusi keuntungan; $\pi =$ Keuntungan pemasaran; $c =$ Biaya pemasaran. Pemasaran dikatakan adil atau merata apabila nilai distribusi keuntungan antara 0,5 sampai 1, jika distribusi keuntungan lebih kecil dari 0,5 maka pemasaran ikan air tawar dikatakan tidak adil atau tidak efisien.

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima pembudidaya ikan air tawar dengan yang dibayar oleh konsumen akhir yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp). Untuk mengetahui margin pemasaran digunakan rumus: $MP = Pr - Pf$, dimana: $MP =$ Margin Pemasaran, $Pr =$ Harga ditingkat mata rantai nilai; $Pf =$ Harga ditingkat produsen;

Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran ikan air tawar dapat diketahui dengan menginventarisir melalui wawancara langsung dengan berpedoman pada daftar pertanyaan, kemudian dianalisis secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pendapatan Usaha Budidaya Ikan Air Tawar

Pendapatan usaha budidaya ikan air tawar dipengaruhi oleh besarnya biaya produksi yang dikeluarkan dan nilai produksi yang dihasilkan, pendapatan pembudidaya ikan air tawar dapat diketahui dengan menggunakan rumus analisis biaya dan pendapatan. Pendapatan pembudidaya ikan air tawar per proses produksinya dihitung dengan menggunakan nilai produksi per proses produksi dikurangi biaya produksi per proses produksi.

Tabel 1. Tabel 1. Nilai Produksi, Biaya Produksi dan Pendapatan per Proses Produksi Pembudidaya Ikan Air Tawar Dirinci Menurut Sistem Budidaya di Kabupaten Lombok Barat Tahun 2016.

No	Keterangan	Nilai (Rp)		Jumlah Total
		Keramba	Kolam	
1.	Nilai Produksi	72.520.000	198.325.926	185.745.333
2.	Biaya Produksi			
	Biaya Tetap	25.375	190.728	216.103
	Biaya Variabel	15.794.667	57.569.444	73.364.111
Pendapatan		56.699.958	140.565.754	132.179.174

Sumber: Data Primer, diolah

Pendapatan pembudidaya ikan air tawar sistem keramba sebesar Rp. 56.699.958 per proses produksi dan pada sistem kolam sebesar Rp. 140.565.754 per proses produksi, sehingga pendapatan responden pembudidaya ikan air tawar sebesar Rp. 132.179.174 per proses produksi.

Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ikan Air Tawar

Aliran Produk. Aliran produk pada rantai nilai pemasaran ikan air tawar melibatkan 4 pelaku utama yaitu pembudidaya, pedagang pengepul desa, pedagang antar pulau dan pedagang pengecer. Dengan demikian terdapat aliran produk pada rantai nilai pemasaran ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat.

Pada saluran pemasaran I pembudidaya/produsen menjual ikan air tawar kepada pedagang pengepul desa dengan total volume untuk ikan nila sebanyak 33.460 kg, gurame 1.550 ekor, karper 250 kg dan lele 1.600 kg. Kemudian pedagang pengumpul desa menjual ikan air tawar yang dibeli dari pembudidaya kepada pedagang pengecer dengan total volume penjualan sama dengan yang diterima dari pembudidaya, hal ini dikarenakan pedagang pengepul desa langsung menjual semua ikan air tawar kepada pedagang pengecer, kecuali pada komoditas ikan gurame yang dijual oleh pedagang ke pengepul desa ke restoran atau rumah makan sebanyak 85 ekor, dimana restoran dan rumah makan sebagai konsumen pengolah ikan gurame yang kemudian dijual kepada konsumen akhir. Pedagang pengecer kemudian menjual kembali ikan air tawar kepada konsumen akhir dengan total volume untuk ikan nila sebanyak 120 kg, karper 25 kg dan lele 30 kg.

Pada saluran pemasaran II pembudidaya/produsen menjual ikan air tawar kepada pedagang antar pulau dengan total volume untuk ikan nila sebanyak 205.580 kg, gurame 850 ekor, karper 1.550 kg dan lele 1.530 kg, kemudian pedagang antar pulau menjual ikan air tawar kepada pedagang pengecer yang ada di pulau Sumbawa dengan total volume penjualan yang sama dengan yang pedagang antar pulau terima dari pembudidaya/produsen ikan air tawar. Ikan air tawar dijual kembali oleh pedagang pengecer ke konsumen akhir dengan total volume untuk ikan nila sebesar 15.000 kg, gurame 300 ekor, karper 700 kg dan lele 1.500 kg, volume penjualan pedagang pengecer terkadang disalurkan ke restoran/rumah makan yang ada di Sumbawa sesuai pesanan atau permintaan restoran/rumah makan tersebut, dimana rumah makan sebagai konsumen pengolah yang akan menjual kembali hasil olahan ikan air tawar ke konsumen akhir.

Pada saluran pemasaran III hanya terjadi pada satu jenis ikan yaitu ikan nila, pembudidaya/produsen menjual ikan nila kepada konsumen akhir dengan total volume sebesar 8.900 kg.

Aliran Dana. Pembudidaya/produsen berperan sebagai penyedia hasil panen ikan air tawar baik itu ikan nila, gurame, karper dan lele yang dibutuhkan oleh lembaga pemasaran ikan air tawar yaitu

pedagang pengepul desa, pedagang antar pulau dan pedagang pengecer. Penjualan ikan air tawar yang dilakukan oleh pembudidaya kepada pedagang pengepul desa maupun pedagang antar pulau dalam keadaan segar atau basah hidup atau penjualan dilakukan bersamaan dengan waktu panen. Harga jual rata-rata pembudidaya ikan air tawar kepada pedagang pengepul desa untuk ikan nila adalah Rp. 25.357/kg, gurame Rp. 15.000/ekor, karper Rp. 28.000/kg dan lele Rp. 16.000/kg. Sedangkan harga jual rata-rata pembudidaya ikan air tawar kepada pedagang antar pulau untuk ikan nila adalah Rp. 22.775/kg, gurame Rp. 15.000/ekor, karper Rp. 29.000/kg dan lele Rp.17.333/kg. Harga jual pembudidaya ikan nila dari pembudidaya ke konsumen akhir adalah Rp. 28.000/kg dalam keadaan bersih. Harga jual dari pembudidaya ikan air tawar dengan pedagang pengepul desa maupun pedagang antar pulau ditentukan oleh lembaga pemasaran yakni pedagang pengepul desa dan pedagang antar pulau dengan melakukan kesepakatan terlebih dahulu antara kedua belah pihak.

Pedagang pengepul desa dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli hasil panen pembudidaya ikan air tawar di setiap desa daerah penelitian, pada penelitian ini terdapat 3 orang pedagang pengepul desa. Pedagang pengepul desa membeli hasil panen pembudidaya ikan air tawar dengan mendatangi langsung ke tempat usaha budidaya yang sebelumnya telah melakukan kesepakatan untuk pemesanan sehingga pembudidaya tidak mengeluarkan biaya transportasi, dalam hal ini pembudidaya tidak mengeluarkan biaya pemanenan karena pedagang pengepul desa membawa tenaga kerja dan peralatan sendiri untuk pemanenan. Ikan air tawar yang diterima oleh pedagang pengumpul desa adalah ikan dalam keadaan segar atau basah hidup. Ikan air tawar dibeli dari pembudidaya ikan air tawar untuk ikan nila adalah Rp. 25.357/kg, gurame Rp. 15.000/ekor, karper Rp. 28.000/kg dan lele Rp. 16.000/kg kemudian dijual kepada pedagang pengecer dengan harga jual untuk ikan nila adalah Rp. 26.286/kg (3,66%), karper Rp. 30.000/kg (7,14%) dan lele Rp. 21.000/kg (31,35%), namun terdapat penjualan khusus pada ikan gurame yaitu pedagang pengepul desa tidak menjual ikan gurame ke pedagang pengecer melainkan menjualnya ke rumah makan atau restoran yang ada di sekitaran Kota Mataram dengan harga jual sebesar Rp. 20.000/ekor (33,33%) dimana restoran/rumah makan merupakan konsumen pengolah yang menjual hasil olahan ikan kepada konsumen akhir dengan harga Rp 65.000/ekor (225%). Perbedaan harga yang terjadi antara pembudidaya ikan air tawar dengan pedagang pengumpul desa disebabkan karena pedagang pengepul desa mengambil keuntungan dari hasil mengumpulkan ikan air tawar. Cara pembayaran yang dilakukan antara pembudidaya ikan air tawar dengan pedagang pengumpul desa yaitu dengan sistem perjanjian dimana pedagang pengepul desa mengambil ikan air tawar terlebih dahulu dan setelah paling lambat 3 hari baru dibayarkan kepada pembudidaya ikan air tawar, hal ini dikarenakan pedagang pengumpul desa harus menjual terlebih dahulu ikan air tawar tersebut kepada pedagang pengecer.

Pedagang antar pulau dalam penelitian ini adalah pedagang ikan air tawar yang mengumpulkan hasil panen pembudidaya ikan air tawar dan menjualnya ke luar pulau Lombok. Pada penelitian ini terdapat 4 orang pedagang antar pulau yang seluruhnya menjual ikan air tawar ke pulau Sumbawa. Pedagang antar pulau membeli ikan air tawar dari pembudidaya ikan air tawar dengan mendatangi langsung ke tempat usaha budidaya yang sebelumnya melakukan kesepakatan untuk pemesanan. Ikan air tawar yang diterima dari pembudidaya ikan air tawar dalam keadaan segar atau basah hidup. Harga beli ikan air tawar dari pembudidaya ke pedagang antar pulau untuk ikan nila adalah Rp. 22.775/kg, gurame Rp. 15.000/ekor, karper Rp. 29.000/kg dan lele Rp. 17.333/kg. Harga beli lebih rendah pada tingkat pedagang antar pulau khususnya untuk komoditas ikan nila dikarenakan pedagang antar pulau mempunyai hubungan kerjasama dengan pembudidaya dimana pedagang antar pulau menyediakan bibit dan pakan ikan nila yang akan diproduksi kepada pembudidaya ikan air tawar. Kemudian pedagang antar pulau menjual ikan air tawar kepada pedagang pengecer yang berada di pulau Sumbawa dengan harga jual untuk ikan nila adalah Rp. 27.750/kg (21,84%), gurame Rp.33.000/ekor (120%), karper Rp.36.000/kg (24,13%) dan lele Rp.20.000/kg (15,38%). Perbedaan harga yang terjadi antara pembudidaya ikan air tawar dengan pedagang antar pulau disebabkan karena pedagang antar

pulau mengambil keuntungan dari hasil mengumpulkan ikan air tawar dan pedagang antar pulau melakukan kegiatan sebelum melakukan penjualan ke pulau Sumbawa yaitu pengemasan, pedagang antar pulau menjual ikan nila dalam keadaan beku mati sedangkan untuk ikan gurame, karper dan lele dalam keadaan hidup/segar. Pedagang antar pulau menjual ikan nila dengan menggunakan *box sterofoam* yang telah berisi es batu untuk menjaga kesegaran ikan agar tidak busuk sampai ke tujuan sedangkan untuk ikan gurame, karper dan lele menggunakan plastik khusus yang sudah berisi air dan oksigen untuk menjaga ikan tetap dalam keadaan hidup dan segar, penjualan ikan air tawar ke pulau Sumbawa menggunakan jasa pengiriman barang sehingga pedagang antar pulau mengeluarkan biaya pengemasan dan transportasi untuk melakukan penjualan. Cara pembayaran yang dilakukan antara pembudidaya ikan air tawar dengan pedagang antar pulau yaitu dengan sistem perjanjian dimana pedagang antar pulau mengambil ikan air tawar terlebih dahulu dan setelah paling lambat 3 hari baru dibayarkan kepada pembudidaya ikan air tawar, hal ini dikarenakan pedagang antar pulau harus menjual terlebih dahulu ikan air tawar tersebut kepada pedagang pengecer yang berada di Sumbawa.

Pedagang pengecer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang yang berinteraksi langsung dengan konsumen akhir atau pedagang yang menjual ikan air tawar yang dibeli baik dari pedagang pengepul desa maupun pedagang antar pulau. Pada penelitian ini terdapat 6 orang pedagang pengecer yang tersebar diseluruh pasar tradisional di Kabupaten Lombok Barat dan pedagang pengecer yang terdapat di Pulau Sumbawa. Pedagang pengecer membeli ikan air tawar dengan cara mendatangi rumah atau daerah-daerah yang telah ditentukan oleh pedagang pengepul desa dan pedagang antar pulau untuk melakukan penjualan ikan air tawar. ikan air tawar yang diterima oleh pedagang pengecer dari pedagang pengepul desa dalam keadaan segar atau basah hidup sedangkan pedagang pengecer yang berada di pulau Sumbawa menerima ikan nila dalam keadaan beku mati dan ikan gurame, karper dan lele dalam keadaan segar. Pedagang pengecer membeli ikan air tawar pada pedagang pengepul desa untuk ikan nila adalah Rp. 26.286/kg, karper Rp. 30.000 dan lele Rp. 21.000 dan menjualnya ke konsumen akhir untuk ikan nila dengan harga Rp. 28.000/kg (6,52%) untuk ikan nila, karper Rp. 40.000/kg (33,33%) dan lele Rp. 25.000/kg (19,04%). Sedangkan pedagang pengecer yang berada di Sumbawa membeli ikan air tawar di pedagang antar pulau dengan harga Rp. 27.750/kg untuk ikan nila, gurame Rp.33.000/ekor, karper Rp.36.000/kg dan lele Rp.20.000/kg dan menjualnya ke rumah makan dan restoran yang ada di Sumbawa dengan harga Rp. 29.667/kg (6,90%) untuk ikan nila, gurame Rp. 35.000/ekor (6,06%), karper Rp. 37.000/kg (2,77%) dan lele Rp. 23.000/kg (15%). Perbedaan harga antara pedagang pengepul desa dan pedagang antar pulau dengan pedagang pengecer disebabkan karena pedagang pengecer mengambil keuntungan dari hasil penjualan, pedagang pengecer (dari pedagang pengepul desa) yang menjual ikan air tawar di pasar tradisional melakukan kegiatan sebelum penjualan yakni membersihkan ikan karena permintaan ikan air tawar oleh konsumen akhir ikan dalam keadaan bersih. Cara pembayaran yang dilakukan antara pedagang pengepul desa dengan pedagang pengecer dengan sistem perjanjian dimana pedagang pengecer mengambil ikan air tawar terlebih dahulu pada pagi hari sebelum berangkat ke pasar dan setelah berjualan dari pasar baru dibayarkan kepada pedagang pengepul desa, sedangkan cara pembayaran yang dilakukan pedagang antar pulau dengan pedagang pengecer yang berada di Sumbawa yaitu dengan sistem transfer dimana pedagang pengecer memesan terlebih dahulu kepada pedagang antar pulau dan setelah ikan air tawar sampai baru akan dilakukan pembayaran dengan mentransfer kepada pedagang antar pulau.

Aliran Informasi. Aliran informasi yang terjadi pada rantai nilai pemasaran ikan air tawar dalam penelitian ini adalah informasi permintaan yang diinginkan oleh konsumen baik itu kualitas maupun kuantitas ikan air tawar. Pembudidaya memperoleh informasi mengenai kualitas dan kuantitas ikan air tawar yang diinginkan konsumen. Dari informasi tersebut diperoleh kualitas yang diinginkan konsumen yakni ikan air tawar yang masih segar, memiliki warna kulit yang terang dan cemerlang sedangkan dari sisi kuantitas yang diinginkan konsumen yakni untuk ikan nila dengan ukuran 5-6 ekor/kg, gurame dengan ukuran 0,75kg/ekor (10cm), karper 5-6 ekor/kg dan lele 6-7 ekor/kg.

Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Air Tawar

Efisiensi pemasaran ikan nila dapat diketahui melalui share produsen (pembudidaya ikan nila), distribusi keuntungan dan margin pemasaran ikan nila, share produsen tertinggi yang diterima pembudidaya ikan nila berada pada saluran pemasaran III dengan persentase sebesar 100% sedangkan pada saluran pemasaran I dan II share yang diterima pembudidaya ikan nila masing-masing sebesar 90,56% dan 76,77%. Berdasarkan dari persentase tersebut maka dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I, II dan III dikatakan sudah efisien karena share yang diterima pembudidaya >60%. Nilai distribusi keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ikan nila di Kabupaten Lombok Barat, saluran pemasaran I, II dan III dapat dikatakan tidak adil atau merata karena nilai distribusi keuntungan <0,5 yakni masing-masing sebesar 0,41, 0,05 dan 0. Harga ikan nila yang dibeli pedagang pengepul desa pada saluran I sebesar Rp. 25.357/kg dan pada pedagang antar pulau pada saluran II sebesar Rp. 22.775/kg. Saluran pemasaran yang paling efisien untuk pemasaran ikan nila adalah saluran III karena marginnya sebesar Rp. 0/kg atau tidak ada selisih antara harga beli ditingkat konsumen akhir dengan harga jual ditingkat pembudidaya ikan nila dimana dikatakan bahwa semakin kecil atau rendahnya margin pemasaran pada tiap saluran maka semakin efisien saluran pemasaran tersebut.

Efisiensi pemasaran ikan gurame dapat diketahui melalui share produsen (pembudidaya ikan gurame), distribusi keuntungan dan margin pemasaran ikan gurame, share tertinggi yang diterima pembudidaya ikan gurame berada pada saluran pemasaran I dengan persentase sebesar 75% sedangkan pada saluran pemasaran II share yang diterima pembudidaya ikan gurame sebesar 43%. Dilihat dari persentase tersebut maka dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I dikatakan sudah efisien karena share yang diterima pembudidaya >60% dan saluran II dikatakan tidak efisien karena share yang diterima pembudidaya <60%. Nilai distribusi keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ikan gurame di Kabupaten Lombok Barat, saluran pemasaran I dan II dapat dikatakan tidak adil atau merata karena nilai distribusi keuntungan <0,5 yakni masing-masing sebesar 0,29. Harga ikan gurame yang dibeli pedagang pengepul desa pada saluran I dan pada pedagang antar pulau pada saluran II sebesar Rp. 15.000/ekor. Saluran pemasaran yang paling efisien untuk pemasaran ikan gurame adalah saluran I karena marginnya sebesar Rp. 5000/ekor dikarenakan semakin kecil atau rendahnya margin pemasaran pada tiap saluran maka semakin efisien saluran pemasaran tersebut.

Efisiensi pemasaran ikan karper dapat diketahui melalui share produsen (pembudidaya ikan karper), distribusi keuntungan dan margin pemasaran ikan karper, share tertinggi yang diterima pembudidaya ikan karper berada pada saluran pemasaran II dengan persentase sebesar 78% sedangkan pada saluran pemasaran I share yang diterima pembudidaya ikan karper sebesar 70%. Dilihat dari persentase tersebut maka dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I dan II dikatakan sudah efisien karena share yang diterima pembudidaya >60%. Nilai distribusi keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ikan karper di Kabupaten Lombok Barat, saluran pemasaran I dan II dapat dikatakan tidak adil atau merata karena nilai distribusi keuntungan <0,5 yakni masing-masing sebesar 0,09 dan 0,08. Harga ikan karper yang dibeli pedagang pengepul desa pada saluran I sebesar Rp. 28.000/kg dan pada pedagang antar pulau pada saluran II sebesar Rp. 29.000/kg. Saluran pemasaran yang paling efisien untuk pemasaran ikan karper adalah saluran II karena marginnya sebesar Rp. 8.000/kg dikarenakan semakin kecil atau rendahnya margin pemasaran pada tiap saluran maka semakin efisien saluran pemasaran tersebut.

Efisiensi pemasaran ikan karper dapat diketahui melalui share produsen (pembudidaya ikan karper), distribusi keuntungan dan margin pemasaran ikan karper, share tertinggi yang diterima pembudidaya ikan lele berada pada saluran pemasaran II dengan persentase sebesar 75,36% sedangkan pada saluran pemasaran I share yang diterima pembudidaya ikan karper sebesar 64%. Dilihat dari

persentase tersebut maka dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I dan II dikatakan sudah efisien karena share yang diterima pembudidaya >60%. Nilai distribusi keuntungan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ikan lele di Kabupaten Lombok Barat, saluran pemasaran I dan II dapat dikatakan tidak adil atau merata karena nilai distribusi keuntungan <0,5 yakni masing-masing sebesar 0,43 dan 0,00. Harga ikan lele yang dibeli pedagang pengepul desa pada saluran I sebesar Rp. 16.000/kg dan pada pedagang antar pulau pada saluran II sebesar Rp. 17.333/kg. Saluran pemasaran yang paling efisien untuk pemasaran ikan lele adalah saluran II karena marginnya sebesar Rp. 5.667/kg dikarenakan semakin kecil atau rendahnya margin pemasaran pada tiap saluran maka semakin efisien saluran pemasaran tersebut.

Kendala

Berdasarkan hasil penelitian terdapat kendala yang dihadapi pembudidaya ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat, yakni harga jual rendah. Harga jual ikan air tawar yang rendah diakui oleh seluruh pembudidaya ikan air tawar yang ditemui dalam penelitian ini sebagai kendala dalam pemasaran ikan air tawar. Harga jual yang rendah terjadi pada saat datangnya musim penghujan karena pada saat musim penghujan banyak pembudidaya yang melakukan budidaya ikan air tawar dari biasanya karena banyaknya debit air yang mendukung kondisi untuk melakukan usaha budidaya ikan air tawar, hal ini menyebabkan stok ikan air tawar meningkat diiringi dengan banyaknya pembudidaya yang ingin menjual atau menawarkan ikan air tawarnya sedangkan permintaan konsumen akan ikan air tawar di pasar cenderung stabil sehingga harga jual ikan air tawar menjadi rendah atau murah.

Harga jual yang rendah juga berdampak pada kondisi ikan air tawar, pedagang akan menunda untuk melakukan transaksi jual beli dengan pembudidaya ikan air tawar dikarenakan harus mengatur volume penjualan ikan air tawar tersebut sampai dengan waktu yang tidak ditentukan, akibatnya pembudidaya ikan air tawar harus menunggu kapan ikan air tawar tersebut akan dipanen, apabila pemanenan ikan semakin lama maka kualitas ikan akan berkurang dari segi besarnya fisik ikan dan umur panen yang lebih dari semestinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut: Pendapatan pembudidaya ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat pada pembudidaya yang melakukan budidaya ikan air tawar pada sistem keramba yaitu sebesar Rp. 56.699.958/proses produksi dan pada budidaya sistem kolam yaitu sebesar Rp. 140.565.754/proses produksi, pendapatan pembudidaya ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat sebesar Rp. 132.179.174/proses produksi (3.531 m²); Rantai nilai pemasaran ikan air tawar di Kabupaten Lombok Barat melibatkan empat lembaga pemasaran yakni pembudidaya ikan air tawar, pedagang pengepul desa (PPD), pedagang antar pulau (PAP), dan pedagang pengecer dalam menyalurkan produksi ikan air tawar kepada konsumen akhir. Kegiatan yang dilakukan dalam rantai nilai ikan air tawar yakni penyortiran, pembersihan ikan agar siap olah, pengemasan, pembekuan ikan untuk pengiriman ke luar Pulau Lombok dan pengolahan ikan air tawar oleh konsumen pengolah, kegiatan tersebut dilakukan oleh lembaga pemasaran ikan air tawar; Tingkat efisiensi pemasaran bervariasi antara saluran satu dengan lainnya dan berbeda antar jenis ikan.

Kendala yang dihadapi pembudidaya dalam pemasaran ikan air tawar yaitu harga jual yang rendah pada musim penghujan yang menyebabkan jumlah ikan air tawar meningkat dari biasanya sedangkan permintaan ikan di pasar stabil.

Saran

Untuk pembudidaya ikan air tawar: pembudidaya diharapkan mampu mengusahakan komoditas ikan air tawar tidak hanya dari segi pembudidayaan saja melainkan mampu mencari peluang dalam pengembangan usaha olahan ikan air tawar, hal ini dapat menjadi antisipasi pada saat produksi ikan air tawar yang meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. 2009. *Sektor Pertanian Indonesia*. www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf.../unud-153-1211816870-bab%20i.pdf
- Azzaino, Z.1981. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Joe anonymous . *Pengertian Biaya Total (Total Cost)*
<http://www.temukanpengertian.com/2014/01/pengertian-biaya-total-total-cost.html>
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES.Jakarta
- Nitisemito, A S. 1981. *Marketing*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Saefuddin. A. M. 1981. *Pemasaran Produk Pertanian*. IPB. Bogor
- Sutrisnawati. 2014. Studi Pemasaran Ikan Air Tawar di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat [Skripsi, unpublished]. Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Mataram
- Zaenudin. 1995 . *Analisis Efisiensi Sistem Pemasaran*.
www.unwahas.ac.id/publikasiilmiah/index.php/mediagro/article/.../676