

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN PRODUK AGROINDUSTRI PERIKANAN  
(Studi Kasus Pemasaran Ikan Teri di Desa Meunasah Keudee Kabupaten Aceh Besar)**

Efficiency Analysis of Marketing in Fisheries Agro-industry  
(A Case Study: Marketing of Dried Anchovy in Meunasah Keudee village,  
District of Aceh Besar)

Evi Lisna<sup>1</sup> dan Sofyan<sup>1</sup>

**ABSTRACT**

The issue of marketing efficiency is still an important topic to be discussed in agribusiness. The specific goals of this research are: (1) identifying marketing channel of dried anchovy and (2) analyzing market performance of dried anchovy (includes margin, profit margin, share as well as value chain). This research is quantitative and qualitative researches using observations, in-depth interviews and questionnaires. Field research was conducted in Meunasah Keudee Village, Aceh Besar District, Aceh Province. This location is selected from areas that are most popular as a central production of dried Anchovy in Aceh. Results from this research indicated that the marketing margin in all channels was enormous and unwell distributed yet. Increasing marketing efficiency at market level in local market through reducing marketing cost (transportation, handling, packing and loss) is important. Similarly, encouragement of investment in those efficiency activities are still essential.

**Key words:** Marketing, Efficiency, and Anchovy

**PENDAHULUAN**

Aceh Besar merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Aceh yang memiliki potensi sumberdaya perikanan yang cukup besar. Salah satu subsistem agribisnis perikanan yang relatif berkembang pesat adalah agroindustri perikanan. Untuk itu pembangunan agroindustri perikanan di Kabupaten Aceh Besar merupakan aspek penting dalam memajukan perekonomian masyarakat pesisir khususnya dan Provinsi Aceh pada umumnya.

Desa Meunasah Keudee merupakan salah satu daerah produsen ikan teri di Provinsi Aceh. Desa ini berjarak sekitar 30 kilometer dari pusat kota Banda Aceh yang juga merupakan pasar utama bagi produk agroindustri perikanan. Jenis ikan hasil

agroindustri perikanan utama di Desa Meunasah Keudee adalah ikan teri Jengki atau Kadrak (*Stelephorus insularis*) dalam bentuk sudah dikeringkan. Masyarakat Aceh mengenal teri kering hasil olahan dari Desa Meunasah Keudee sebagai ikan teri Krueng Raya.

Perkembangan pemasaran hasil agroindustri teri kering di Desa Meunasah Keudee terus mengalami perluasan pasar. Pasca tsunami, produksi ikan teri awalnya dipasarkan di pasar dalam Kota Banda Aceh dan pasar dalam lingkup Kabupaten Aceh Besar. Tetapi dewasa ini ikan teri dari Desa Meunasah Keudee sudah dipasarkan sampai ke luar Provinsi Aceh. Namun perluasan pasar untuk produk ikan teri dari Desa Meunasah Keudee

---

<sup>1</sup> Staf Pengajar Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

belum mencerminkan sistem pemasaran yang efisien. Hal ini dicirikan oleh fluktuasi harga yang dapat mencapai Rp. 40.000 sampai Rp. 70.000 per kilogram (Lisna, 2011) dan tingkat kepuasan produsen dan konsumen masih relatif rendah (hasil prasurvey).

Salah satu aspek penting yang perlu dikaji dalam upaya meningkatkan dan memperluas pasar produk agroindustri perikanan pada umumnya dan ikan teri pada khususnya adalah analisis efisiensi pemasaran. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian efisiensi pemasaran ikan teri perlu dilakukan. Tujuan penelitian adalah: (1) mendeskripsikan saluran pemasaran ikan teri olahan yang diproduksi di Desa Meunasah Keudee Kecamatan Mesjid Raya Kabupaten Aceh Besar dan (2) menganalisis keragaan pasar (*market performance*) pemasaran ikan teri kering dan ikan teri rebus kering di daerah penelitian (margin, profit margin, share, dan rantai nilai).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kasus di Desa Meunasah Keudee yang merupakan salah satu pusat produksi ikan teri olahan di Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh. Terdapat 55 populasi Rumah Tangga (22 persen dari populasi Rumah Tangga) yang mengolah ikan teri di desa ini. Teknik pengambilan sample dilakukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Penentuan sample pedagang ditelusuri secara *snowball*. Rincian jumlah sample penelitian diperlihatkan pada Tabel 1.

Jumlah sampel diambil secara non proporsional tergantung pada besarnya jumlah dan tingkat keragaman populasi setiap institusi yang terlibat dalam produksi dan pemasaran ikan teri di daerah penelitian. Untuk institusi yang terlibat dalam pemasaran ikan teri olahan difokuskan pada pedagang di Pasar Lambaro dan di Pasar Peunayong dengan pertimbangan pasar pertama adalah pasar grosir di Kota

Banda Aceh dan pasar berikutnya adalah pusat pasar tradisonal di Kota Banda Aceh.

Table 1. Populasi dan Ukuran Sampel Penelitian

No	Lembaga	Lokasi	Populasi	Sampel
1.	Pengolah	Meunasah Keudee	55	20
2.	Pedagang Pengumpul	Pasar Lambaro	10	3
3.	Pengecer	Pasar Lambaro	30	2
4.	Pengecer	Pasar Peunayong	19	2

Sumber : Data Primer, 2011.

*Pengumpulan data primer* dilakukan dengan cara melakukan observasi dan wawancara secara terstruktur dengan sejumlah responden berdasarkan instrument (kuesioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Di samping itu, dilakukan *pengumpulan data sekunder* berupa kajian terhadap laporan pihak terkait guna memperkuat berbagai informasi yang diperoleh dari data primer tadi. Selanjutnya data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan sejumlah responden ditabulasi dan kemudian disajikan dalam bentuk tabelaris. Setelah itu akan dilakukan analisis secara kuantitatif dan kualitatif yang dipaparkan secara diskriptif. Informasi kualitatif dalam penelitian pemasaran diperlukan untuk mempertajam analisis pemasaran (Handewi, 2004). Data kuantitatif dianalisis dengan analisis margin, profit margin dan analisis rantai nilai. Analisis Margin Pemasaran (Suherty, 2009):

$$MP = Pr - Pf,$$

$$\text{atau: } MP = \sum_{i=1}^n B_{pi} + \sum_{i=1}^n K_{pi}$$

Keterangan: MP = margin pemasaran (Rp/kg); Pr = harga konsumen (Rp/kg); Pf = harga produsen (Rp/kg); B<sub>pi</sub> = biaya lembaga pemasaran ke i (Rp/ kg); K<sub>pi</sub> = keuntungan

pemasaran ke i (Rp/ kg); Share keuntungan dapat juga digunakan untuk meng-analisis efisiensi pemasaran dengan formulasi sebagai berikut (Hamin, 1991):

$$SK_i = (K_i) / (Pr - Pf) \times 100 \%$$

$$Sbi = (Bi) / (Pr - Pf) \times 100 \%$$

Ket:

Ski = share keuntungan lembaga pemasaran ke i;

Sbi = share biaya pemasaran ke i.

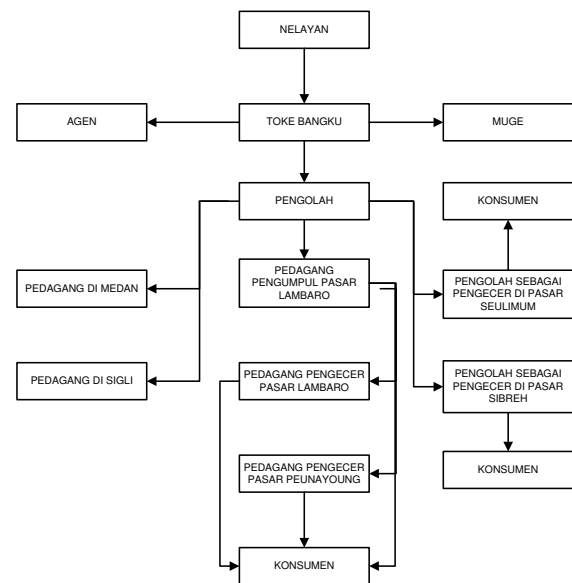
Kriteria efisiensi pemasaran: Apabila perbandingan share keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran merata, maka sistem pemasarannya dikatakan efisien. Apabila perbandingan share keuntungan dengan biaya pemasaran masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran merata dan cukup logis, maka sistem pemasarannya dikatakan efisien.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran Ikan Teri Segar dan Olahan

Produk ikan teri yang dipasarkan dalam penelitian ini ada dua bentuk. Bentuk pertama adalah segar dan selanjutnya diolah dalam dua jenis hasil olahan, yaitu ikan teri yang langsung dikerigkan dan ikan teri rebus yang dikeringkan. Lembaga pemasaran ikan yang terlibat dalam pemasaran ikan teri segar dan olahan adalah lembaga pemasaran utama dan lembaga pemasaran pendukung. Lembaga pemasaran utama adalah nelayan pemilik palung, toke bangku, pengolah, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Sedangkan lembaga pemasaran pendukung ikan teri segar dan olahan adalah penjual peralatan penangkapan dan pengolahan (jaring, bola lampu, tali, wantek pewarna, cat, ember, dandang, marlin penjemur, dan lain-lain), pedagang pengecer bahan bakar, pedagang pengecer ransum dan penyedia jasa transportasi (becak, labi-labi, dan truk).

Saluran pemasaran ikan teri di daerah penelitian diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Ikan Teri Segar dan Olahan di Lokasi Penelitian, 2011

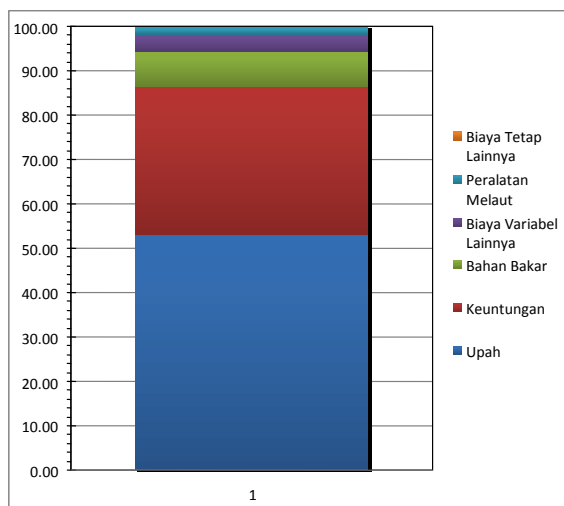
Pendaratan ikan teri dilakukan oleh toke bangku sekitar jam 6 sampai jam 7 pagi. Penjualan dilakukan dengan kisaran berat rata-rata 25 kilogram ikan teri segar per keranjang. Lokasi pengolahan ikan teri berlokasi di sekitar tempat pendaratan ikan. Tempat pengolahan ikan teri di bawah bangunan sederhana yang disebut *Jambo Reuboh*. Kegiatan pengolahan ikan teri dilakukan sejak jam 7 pagi sampai jam 14 siang. Selanjutnya antar jam 15 sampai jam 16 pengolah menjual ikan teri kering ke pedagang pengumpul di Pasar Lambaro. Pengemasan ikan teri dilakukan di dalam plastik sebanyak kurang lebih 25 kg teri kering per plastik. Bila produksi dipasarkan bersamaan maka transportasi menggunakan labi-labi sebaliknya bila masing-masing pengolah umumnya menggunakan becak. Biaya transportasi sama sebesar 70.000 rupiah pulang pergi Meunasah Keudee – Pasar Lambaro.

Pada saat harga bahan baku ikan teri segar di bawah 150.000 rupiah per keranjang, umumnya pengolah memasarkan ikan teri kering ke Medan. Transportasi yang digunakan

truk. Biaya transportasi di tanggung oleh pedagang Medan. Rata-rata harga ikan teri olahan yang diterima oleh pengolah 25.000 rupiah per kilogram. Ada pengolah yang mengirimkan hasil olahan ikan teri kering ke pedagang yang ada di Kabupaten Pidie. Ada pula pengolah yang bertindak sebagai pengecer di *Pasar Seulumum* dan *Pasar Sibreh* (umunya satu minggu sekali pada *hari peukan* atau hari pasar. Pemasaran langsung di kedua pasar tersebut memberikan margin yang relatif tinggi dibandingkan pada saluran lainnya.

### Analisis Keragaan Pasar

Hasil analisis terkait prosentase penyebaran biaya penangkapan ikan teri segar oleh nelayan diperlihatkan pada Gambar 2.

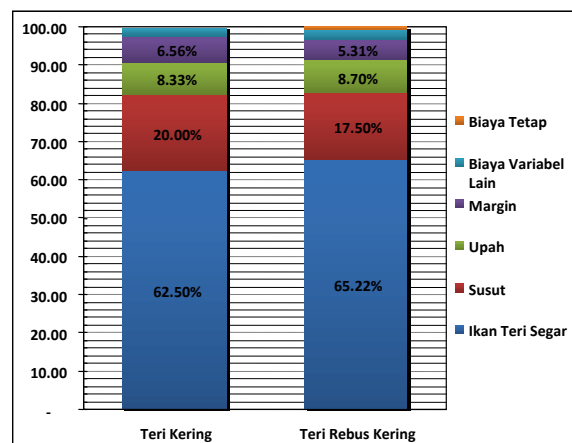


Gambar 2 . Penyebaran (%) Biaya Penangkapan Ikan Teri Segar, 2011

Gambar 2 memperlihatkan prosentase biaya tertinggi kegiatan penangkapan ikan teri terdapat pada pengeluaran upah, mencapai lebih kurang 50 persen. Sistem pembagian upah pada kegiatan penangkapan adalah sebagai berikut: *Pertama*, total revenue dikurangi total biaya operasional malaut. *Kedua*, nilai bersih tersebut dibagi 2, 50 persen untuk nelayan pemilik palung dan 50 persen lagi dibagi dua (45 persen untuk Anak Buah Kapal dan pawang laut, lalu 5

persen lagi untuk Toke Bangku. *Finally*, Dari 45 persen tersebut, 35 persen untuk Anak Buah Kapal (4 sampai 6 orang) dan 10 persen untuk Pawang Laut. Pawang laut masih memiliki tambahan penerimaan yaitu 20 persen dari pemilik palung. Di daerah penelitian, pemilik palung ada yang juga berperan sebagai toke bangku.

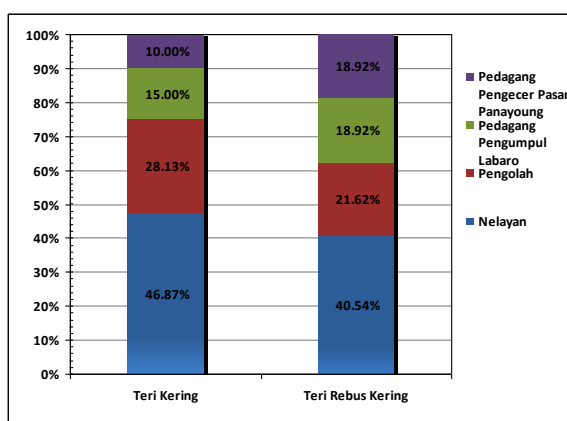
Pengolah ikan teri di Meunasah Keude mengolah dua bahan baku ikan teri yaitu: ikan teri nasi (*Stelephorus commrsouli*) dan ikan teri jengki. Ikan teri jengki diolah menjadi dua jenis ikan kering yaitu ikan teri kering dan ikan teri rebus yang dikeringkan. Umumnya pengolah lebih sering mengolah jenis ikan teri kering yang terlebih dahulu di rebus karena: (1) hasil olahan lebih berat (satu keranjang atau lebih kurang 25 kilogram ikan segar menjadi 10 kilogram ikan teri rebus kering, lebih berat dibandingkan langsung jemur hanya mencapai 8 kilogram kering) dan (2) lebih cepat kering di bawah sinar matahari (lebih kurang 2 jam setelah dijemur siap dipasarkan). Analisis pembagian biaya pada pengolahan ikan teri diperlihatkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pembagian Biaya pada Pengolahan Ikan Teri di Daerah Penelitian, 2011

Gambar 3 memperlihatkan prosentase nilai pengeluaran terbesar pada kegiatan pengolahan diserap oleh pengeluaran bahan baku ikan teri segar. Selanjutnya prosentase

kehilangan mencapai 17 sampai 20 persen. Besaran prosentase ini disebabkan oleh tingginya ketergantungan proses pengolahan pada alam. Sebagai contoh, bila sinar matahari tidak cerah, hasil olahan akan berkualitas rendah (berwarna tidak cerah dan terasa gatal di lidah bila dikonsumsi). Analisis rantai nilai untuk teri hasil produksi daerah penelitian yang dipasarkan di Kota Banda Aceh diperlihatkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Rantai Nilai Pemasaran Ikan Teri di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, 2011

Gambar 4 memperlihatkan transaksi terbesar diserap oleh nelayan yang mencapai 40 sampai 47 persen. Prosentase ini juga sejalan dengan tingginya keuntungan yang diterima nelayan (mencapai 30 juta per bulan). Selanjutnya value chain pengolah mencapai 22 sampai 28 persen, lebih tinggi dibandingkan Pedagang Pengumpul Pasar Lambaro yang mencapai 15 sampai 19 persen. Namun berbeda dengan kondisi nelayan, profit margin pengolah hanya mencapai 1.1 sampai 1.4 juta rupiah. Sementara itu Lambaro Collecting Traders menerima profit 2.2 sampai 3.7 juta rupiah. Diduga kuat kondisi di atas dipengaruhi oleh faktor skala usaha, modal, ketergantungan pada alam dalam kegiatan proses pengolahan ikan teri dan tingginya biaya pengolahan.

## SIMPULAN DAN SARAN

1. Share tertinggi pemasaran ikan teri jengki olahan kering dan kering rebus diserap oleh nelayan. Tingginya nilai share tersebut juga diikuti oleh tingginya nilai profit margin nelayan.
2. Share pengolah ikan teri kering lebih tinggi dibandingkan share Lambaro Collecting Traders. Tetapi profit margin pengolah ikan teri lebih rendah jika dibandingkan profit margin Lambaro Collecting Traders. Perbedaan kondisi tersebut disebabkan oleh faktor kecilnya skala usaha pengolahan ikan teri (keterbatasan modal), relatif tingginya biaya pengolahan dan faktor ketergantungan proses pengolahan pada sinar matahari.
3. Pemasaran Ikan Teri di Desa Meunasah Keudee Kabupaten Aceh Besar belum efisien.
4. Posisi tawar pengolah ikan teri perlu ditingkatkan melalui produksi ikan teri berkualitas yang memiliki prospek pasar yang memenuhi harapan konsumen Aceh dan di luar Aceh serta melalui penguatan infrastruktur pasar baik fisik maupun kelembagaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gudmundsson, E., F. Asche and M. Nielsen. 2006. Revenue Distribution Through the Seafood Value Chain. FAO Fisheries Circular No. 1019. FAO of the UN, Rome.
- Hamin, Alhusniduki. 1991. Tataniaga Pertanian. Kumpulan Makalah Penataran Dosen dalam Rangka Peningkatan Mutu Bidang Pertanian Program Kajian Agribisnis, Dirjen Dikti Jakarta.
- Handewi, P.Saliem. 2004. Analisis Marjin Pemasaran: Salah satu Pendekatan

- dalam Sistem Distribusi Pangan. Dalam: Monograph Series Prospek Usaha dan Pemasaran Beberapa Komoditas Pertanian. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, No.24: 28-38.
- Lisna, E., Safrida, Zikri, I., dan Sukma, R. 2011. Women Economic Contribution: an Existence to Household Economy in Coastal Area after Tsunami Disaster. In: The Investigation Report of 2004 Northern Sumatra Earthquake (additional Volume). Graduate School of Environmental Studies Nagoya University. Japan.
- Suherty, L., Fanani, Z., Muhaimin, A.W. 2009. Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk (Studi Kasus di Desa Karang Dukuh, Kecamatan Belawang Barito Kuala, Kalimantan Selatan). Dalam: Jurnal Agritek Vol. 17, No. 6 Nopember 2009.

Lampiran 1. Analisis Keragaan Pasar Ikan Teri Kering pada Setiap Lembaga Pemasaran di Daerah Penelitian, 2011

No	Lembaga dan Komponen Marjin	Nilai		Marketing Margin (Rupiah)	Jumlah (per 8 Kg)	Profit Margin		Share Pengolah (%)	Nilai Tambah
		Rupiah	Unit			IDR/ 1 Basket Fresh Anchovies	Total (IDR/Month)		
1	Nelayan								
	Penjualan dalam bentuk segar	150,000.00	/keranjang						
2	Toke Bangku (Fee 5 %)								
3	Pengolah			90,000.00	70.00	15,741.44	1,101,901.02	62.50	6,300,000.00
	A. Fixed Cost								
	- Dandang	66.14	/keranjang						
	- Aweuk Suloh	59.52	/keranjang						
	- Pisau	7.44	/keranjang						
	- Ember	31.75	/keranjang						
	- Timbangan	26.46	/keranjang						
	- Ampak	595.24	/keranjang						
	- Jambo Rebut	198.41	/keranjang						
	- Bambu Jemur	49.60	/keranjang						
	TOTAL FIXED COST	1,034.56	/keranjang						
	B. Variable Cost								
	- Plastik Basket	224.00	/keranjang						
	- Transport to Lambaro Market	5,000.00	/keranjang						
	- Labour	20,000.00	/keranjang						
	- Risk	48,000.00	/keranjang						
	TOTAL VARIABLE COST	73,224.00	/keranjang						
	TOTAL COST	74,258.56	/keranjang						
	Harga jual teri kering (@30,000/Kg)	240,000.00	Per 8 Kg						
4	Pedagang Pengumpul Ps Lambaro								
	A. Fixed Cost			48,000.00	105	35,733.33	3,752,000.00	62.5	5,040,000.00

	- Timbangan	3.17	Per 8 Kg						
	- Sewa Toko	158.73	Per 8 Kg						
	- Restribusi	57.14	Per 8 Kg						
	TOTAL FIXED COST	219.05	Per 8 Kg						
	B. Variable Cost								
	- Kardus	190.48	Per 8 Kg						
	- Labour	1,333.33	Per 8 Kg						
	- Plastict Basket	238.10	Per 8 Kg						
	- Loss	10,285.71	Per 8 Kg						
	TOTAL VARIABLE COST	12,047.62	Per 8 Kg						
	TOTAL COST	12,266.67	Per 8 Kg						
	Harga jual (@ 36,000 per Kg)	288,000.00	Per 8 Kg						
5	Pedagang Pengecer Ps Peunayong								
	A. Fixed Cost								
	- Timbangan	8.33	Per 10 Kg	70,000.00	18	51,081.94	919,475.00	40.54	1,260,000.00
	- Sewa Toko	6,250.00	Per 10 Kg						
	- Restribusi	250.00	Per 10 Kg						
	TOTAL FIXED COST	6,508.33	Per 10 Kg						
	B. Variable Cost								
	- Karung Semen	166.67	Per 10 Kg						
	- Plastik	520.83	Per 10 Kg						
	- Tenaga kerja	3,500.00	Per 10 Kg						
	- Loss	8,222.22	Per 10 Kg						
	TOTAL VARIABLE COST	12,409.72	Per 10 Kg						
	TOTAL COST	18,918.06	Per 10 Kg						
	Harga jual (@ 37,000 per Kg)	370,000.00	Per 10 Kg						

Sumber: Data primer, 2011.