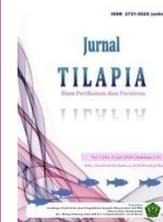


Available online at [www.jurnal.abulyatama.ac.id/tilapia](http://www.jurnal.abulyatama.ac.id/tilapia)  
ISSN 2721-592X(Online)

Universitas Abulyatama

Jurnal TILAPIA

(Ilmu Perikanan dan Perairan)



## Studi Pola Distribusi Dan Pemasaran Hasil Tangkapan Di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Calang Kabupaten Aceh Jaya

M.Masrizal<sup>\*1</sup>, Agus Naufal<sup>1</sup>, Fauzi Syahputra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Fakultas Perikanan Universitas Abulyatama Aceh, Aceh Besar, 23372. Indonesia

\*Email korespondensi: [mmasrizal995@gmail.com](mailto:mmasrizal995@gmail.com)<sup>1</sup>

Diterima 29 Desember 2020; Disetujui 20 Januari 2021; Dipublikasi 29 Januari 2021

**Abstract:** *The purpose of this study was to determine the distribution pattern of catches at PPI Calang and its marketing margins. This research method uses descriptive methods of events in the field and is also displayed in the form of data tabulation. Data collection techniques in this study using purposive sampling technique. The type of data collected is primary and secondary data. The results of this study at PPI Calang have two distribution patterns. The first distribution pattern consists of producers, collectors, retailers, and consumers. While the second distribution pattern consists of producers, collectors, and consumers. The area of distribution and marketing of catches in the Calang PPI throughout all districts in Aceh Jaya Regency for the local market. Whereas for distribution outside the region generally throughout districts/cities in Aceh Province such as Banda Aceh City, Aceh Besar District, Pidie, Aceh Barat, Nagan Raya, Aceh Barat Daya, Aceh Selatan, Subulussalam until leaving provinces such as Medan, this depends on the amount of production because the greater the amount of production, the wider the distribution and marketing area.*

**Keywords:** *distribution, calang, ppi, snapper, margin, tuna*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola distribusi hasil tangkap di PPI Calang serta dengan margin pemasarannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif terhadap kejadian-kejadian dilapangan dan juga ditampilkan dalam bentuk tabulasi data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling. Jenis data yang dikumpulkan berupa data primer dan skunder. Hasil dari penelitian ini di PPI Calang memiliki dua pola distribusi. Pola 1 terdiri atas produsen, pengumpul, pengecer, dan konsumen. Sedangkan pola 2 terdiri atas produsen, pengumpul, dan konsumen. Daerah pendistribusi dan pemasaran hasil tangkap di PPI Calang keseluruh kecamatan di Kabupaten Aceh Jaya untuk di pasar lokal. Sedangkan untuk pendistribusian ikan keluar daerah umumnya dilakukan keseluruh kabupaten/kota di Provinsi Aceh seperti Kota Banda Aceh, Kabupaten Aceh Besar, Pidie, Aceh Barat, Nagan Raya, Aceh Barat Daya, Aceh Selatan, Subulussalam hingga keluar provinsi seperti Medan, hal ini tergantung jumlah produksinya karena semakin besar jumlah produksi maka akan semakin luas daerah distribusi dan pemasarannya.

**Kata kunci :** *distribusi, calang, ppi, kakap, margin, tuna*

Kabupaten Aceh Jaya memiliki potensi perikanan baik sumber daya pelagis maupun

demersal serta memiliki wilayah pesisir dengan garis pantai sepanjang 160 km. Secara umum Kabupaten

Aceh Jaya dikenal sebagai daerah pertanian juga sebagai daerah nelayan/maritim. Produksi hasil tangkapan ikan di Kabupaten Aceh Jaya rata-rata 2693,42 ton/tahun dengan jumlah nelayan 1.613 jiwa (DKP Aceh Jaya 2020). Hasil tangkapan dominan di Kabupaten Aceh Jaya adalah, ikan Tongkol 929,07 ton/tahun, ikan Tuna 69,9 Ton/Tahun, ikan Kuwe 398,05 ton/tahun, ikan Kerapu 356,5 ton/tahun, dan ikan Kakap 444 ton/tahun. Menurut Badan Pusat Statistik Aceh Jaya sektor perikanan mampu menyumbang untuk nilai PDRB rata-rata Rp 531208,93/tahun. Hal ini merupakan 29% dari 17 sektor yang ada di Kabupaten Aceh Jaya.

Berdasarkan data tersebut Kabupaten Aceh Jaya memiliki potensi perikanan yang cukup besar, namun permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat nelayan saat ini adalah pada kegiatan distribusi dan pemasaran hasil tangkap. Distribusi dan pemasaran hasil tangkap di Kabupaten Aceh Jaya berpusat di PPI Calang dengan kondisi yang kurang baik. Hasil tangkapan di PPI Calang yang didistribusikan keluar daerah lebih rendah harganya jika dibandingkan dengan hasil tangkapan yang dijual di pasar lokal. Hal tersebut sama dengan terjadinya Dumping di pasar internasional. Hal ini diduga karena kegiatan distribusi dan pemasaran yang belum berjalan dengan baik, diantaranya adanya ikatan patron-klien yang cenderung merugikan nelayan, ikatan patron-klien merupakan suatu ikatan antara pedagang pengumpul sebagai patron dan nelayan sebagai klien, serta belum adanya sistem pelelangan sehingga harga ikan ditentukan oleh pihak pengumpul. Oleh karena itu, masalah distribusi dan pemasaran sangat penting untuk diketahui serta disesuaikan dengan ketentuan sistem logistik ikan

nasional (SLIN) dalam bidang penanganan bongkar muat distribusi yang mengikuti keadaan dan potensi daerah. Maka berdasarkan hal tersebut di atas, untuk menyesuaikan kegiatan pendistribusian dan pemasaran ikan di PPI Calang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Studi Pola Distribusi dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Hasil Tangkap di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Calang, Kabupaten Aceh Jaya”.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengertian Distribusi dan Pemasaran**

Seperti halnya sektor ekonomi lainnya perikanan merupakan salah satu aktivitas yang memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan suatu bangsa. Sebagai salah satu sumberdaya yang bersifat dapat pulih (renewable) Naufal (2014). Maka perlu adanya pengelolaan terhadap segala hal dalam usaha perikanan termasuk dalam pendistribusian.

Distribusi merupakan salah satu komponen dari Sistem Logistik Ikan Nasional menurut PERMEN-KP nomor 5 Tahun 2014 tentang Sistem Logistik Ikan Nasional (SLIN). Sistem Logistik Ikan Nasional, yang selanjutnya disingkat SLIN adalah sistem manajemen rantai pasokan ikan dan produk perikanan, bahan dan alat produksi, serta informasi mulai dari pengadaan, penyimpanan, sampai dengan distribusi, sebagai suatu kesatuan dari kebijakan untuk meningkatkan kapasitas dan stabilisasi sistem produksi perikanan hulu-hilir, pengendalian disparitas harga, serta untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri. Tujuan SLIN :

- a. meningkatkan kapasitas dan stabilisasi sistem produksi dan pemasaran perikanan nasional.

- b. memperkuat dan memperluas konektivitas antara sentra produksi hulu, produksi hilir dan pemasaran secara efisien.
- c. meningkatkan efisiensi manajemen rantai pasokan ikan, bahan dan alat produksi, serta informasi dari hulu sampai dengan hilir (PERMEN-KP 2014)

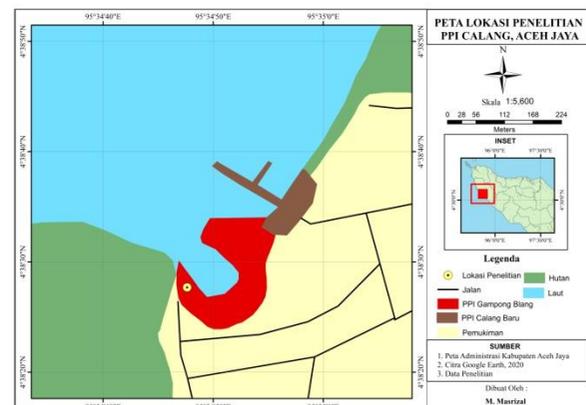
Saluran distribusi adalah lembaga ekonomi yang berperan sebagai perantara antara produsen dan konsumen (Johanson 2013). Pemasaran seringkali dipandang sebagai suatu upaya kreatif, promosi, atau periklanan, distribusi, dan penjualan. Pemasaran merupakan kegiatan untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Proses ini merupakan jalur yang melibatkan pelaku tataniaga seperti agen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, dan industri pengolahan. Pemasaran merupakan suatu proses atau kegiatan dalam menyalurkan produksi dari produsen ke konsumen sehingga menjadi jembatan antara produsen dengan konsumen. Produsen harus memproduksi produk sesuai dengan keinginan konsumen dan menguntungkan. Sementara itu, konsumen menghendaki produk yang tepat mutu, tepat jumlah, tepat waktu dan tepat harga. Terdapat dua kepentingan dalam pemasaran, yaitu kepentingan produsen dan kepentingan konsumen yang harus disambungkan dan dipadukan sehingga menjadi kepentingan bersama secara harmonis dan sinergis (Effendi dan Oktariza 2006).

Agar upaya pemasaran dapat dilakukan dengan efektif dan mencapai sasaran diharapkan, diperlukan perumusan strategi yang benar-benar cermat. Dan salah satu hal terpenting yang dapat menunjang perumusan strategi pemasaran tersebut adalah dengan analisa data pemasaran yang baik (Waoma

2015). Distribusi dan pemasaran yang baik jika menggunakan pola yang sederhana dan memiliki margin pemasaran yang optimal. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan menentukan kualitas ikan sehingga berpengaruh kepada keuntungan, margin pemasaran dan efisiensinya (Hapsari 2013). Nilai margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima nelayan produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen ikan baik segar maupun olahan dihitung dalam Rp/Kg (Basri 2013).

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret – April 2020 di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Calang, Kecamatan Krueng Sabee, Kabupaten Aceh Jaya.



**Gambar. 1** Peta Lokasi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Metode *survey* dilaksanakan dengan cara mengamati pola pemasaran secara langsung pada tempat atau daerah penelitian mulai dari produsen/nelayan sampai kepada konsumen yang dilanjutkan dengan menganalisis margin pemasaran hasil tangkapan nelayan yang didaratkan di TPI Calang, Kabupaten Aceh Jaya.

## Metode Pengambilan Data dan Jenis Data Yang Dikumpulkan

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara kuisioner dan wawancara langsung dengan pelaku pemasaran. Sampel ini diambil secara "Purposive sampling". Data yang diambil pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer diambil dengan wawancara langsung dengan produsen/nelayan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, agen dan konsumen, sesuai dengan pelaku pemasaran yang tersedia di lokasi penelitian, sedangkan data sekunder diambil dari instansi yang terkait seperti Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) yang terdapat di kabupaten Aceh Jaya.

## Analisis data

Analisis pola pemasaran ini menggunakan analisis deskriptif. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari objek penelitian. Mulai dari produsen/nelayan pedagang pengumpul, pedagang pengecer hingga konsumen. Menganalisis margin Pemasaran pada masing-masing Saluran Pemasaran. Dalam menganalisis margin pemasaran tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. *Marketing margin* dapat dihitung dengan memilih sejumlah tertentu barang yang diperdagangkan dan mencatatnya sejak awal sampai akhir sistem pemasaran. saluran pemasaran yang dilalui oleh sejumlah barang ini harus diketahui terlebih dahulu.
2. *Marketing margin* dapat dihitung dengan mencatat nilai penjualan, nilai pembelian dan volume barang dagangan dari tiap

lembaga pemasaran yang terlibat dalam satu saluran pemasaran. Dari kedua unsur ini maka AGM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$AGM = \frac{PS - PB}{v} \quad (1)$$

Dimana :

AGM : *Average Gross Margin*

Ps : Nilai Penjualan

Pb : Nilai Pembelian

V : Volume penjualan dan pembelian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Calang

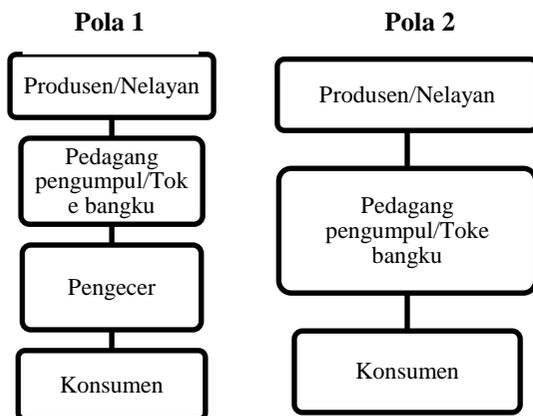
PPI Calang merupakan pelabuhan perikanan yang terdapat di Desa Gampong Blang, Kecamatan Krueng Sabee, Kabupaten Aceh Jaya. Pelabuhan ini umumnya digunakan oleh masyarakat Aceh Jaya untuk berlabuh kapal-kapal perikanan. Menurut Syahputra *et al* (2015) pelabuhan perikanan berfungsi sebagai tempat bertambat-labuhnya kapal perikanan, kegiatan pendaratan hasil tangkapan dan kegiatan pemuatan bahan kebutuhan melaut. Fungsi pelabuhan perikanan akan terlaksana dengan baik apabila dilengkapi dengan fasilitas pokok, yaitu dermaga dan kolam pelabuhan. Berdasarkan hasil penelitian fasilitas yang terdapat di PPI Calang masih belum memadai, seperti kedalaman kolam masih kurang dari 1 meter. Kedalaman kolam PPI minimal 1 meter (PERMEN-KP 2012).

### Pelaku Pemasaran Ikan di PPI Calang

Pelaku pemasaran sangat penting perannya dalam memasarkan ikan hasil tangkapan nelayan sampai kepada konsumen

akhir. pelaku pemasaran ini timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas pelaku pemasaran ini yaitu menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin (Wahyuni *et al.* 2009). Secara umum pemasaran ikan di PPI Calang melibatkan pelaku pemasaran antara lain, nelayan, pedagang pengumpul/toke bangku, dan pedagang pengecer.

### Pola Pemasaran Ikan di PPI Calang



**Gambar 2. Pola distribusi dan pemasaran ikan di PPI Calang**

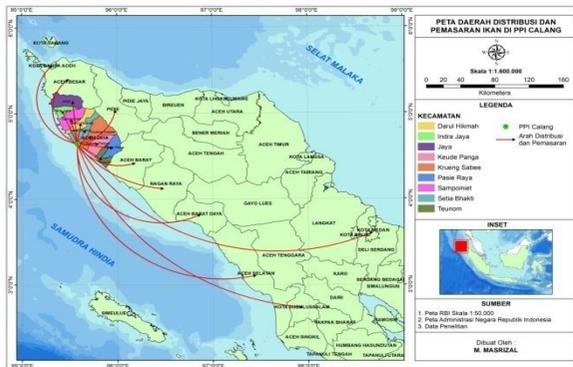
Pola distribusi dan pemasaran ikan di PPI Calang menggunakan dua pola yang sederhana, Pola 1 terdiri dari nelayan, pedagang pengumpul, pengecer dan konsumen. Pola ini digunakan untuk distribusi dan pemasaran ikan dipasar lokal. Pola ini memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihannya daerah pendistribusiannya dekat sehingga membuat biaya pemasarannya menjadi rendah dan menghemat waktu. Sedangkan kelemahan dari pola ini memiliki rantai pemasaran yang cukup panjang serta penanganan yang kurang baik dari

pengecer membuat mutu ikan yang diterima oleh konsumen menurun. Sedangkan untuk pola 2 terdiri dari nelayan, pengumpul, dan konsumen. Pola ini digunakan untuk pemasaran ikan di luar Kabupaten Aceh Jaya. Sama halnya dengan pola 1, pola 2 juga memiliki kelebihan dan kelemahan. Kelebihan dari pola ini adalah memiliki rantai pemasaran yang pendek serta penanganan yang baik yang dilakukan oleh pelaku pemasaran. Sedangkan untuk kekurangannya adalah daerah pendistribusian yang jauh sehingga membuat biaya pemasaran tinggi serta membutuhkan waktu lama agar ikan sampai kepada konsumen.

Berdasarkan hasil di atas pola 1 lebih menguntungkan dibandingkan dengan pola 2. Karena dengan biaya pemasaran yang lebih rendah dapat menjual ikan dengan harga jual yang tinggi. Sedangkan pola 2 dengan biaya pemasaran yang tinggi hanya dapat menjual ikan dengan harga rendah. Tinggi biaya distribusi dan pemasaran terjadi karena jauhnya jarak daerah pendistribusian ikan di PPI Calang dan tidak adanya sistem pelelangan. Tidak adanya pelelangan diasumsikan terjadi karena pengelolaan yang kurang baik. Pengelolaan perikanan yang baik adalah pengelolaan yang mempertimbangkan banyak aspek Naufal *et al* (2016).

Daerah pendistribusian dan pemasaran ikan di PPI Calang untuk pasar lokal umumnya keseluruhan kecamatan di Kabupaten Aceh Jaya, yaitu Kecamatan Pasi Raya, Kecamatan Teunom, Kecamatan Panga, Kecamatan Setia Bakti, Kecamatan Darul Hikmah, Kecamatan Sampoiniet, Kecamatan Indra Jaya, Kecamatan Jaya. Sedangkan

untuk keluar Kabupaten Aceh Jaya hanya dibeberepa kabupaten/kota yang ada di Provinsi Aceh, seperti Kota Banda Aceh, Kabupaten Aceh Besar, Pidie, Aceh Barat, Nagan Raya, Aceh Barat Daya, Aceh Selatan, Subulussalam hingga keluar provinsi seperti Medan, hal ini tergantung jumlah produksinya karena semakin besar jumlah produksi maka akan semakin luas daerah distribusi dan pemasarannya. Untuk daerah distribusi dan pemasaran hasil tangkap di PPI Calang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Peta daerah distribusi

### Margin Pemasaran Ikan Berdasarkan Pola Pemasaran di PPI Calang

Margin pemasaran adalah harga dari sekumpulan jasa pemasaran/tataniaga yang merupakan hasil dari interaksi antara permintaan dan penawaran produk-produk tersebut. Nilai margin pemasaran adalah perbedaan harga di kedua tingkat sistem pemasaran dibandingkan dengan kuantitas produk yang dipasarkan (Waoma 2015). Untuk margin pemasaran ikan di PPI Calang dapat dilihat pada Tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1. Margin Pemasaran Menggunakan Pola 1

No	Jenis ikan	Margin pengumpul(Rp/Kg)	Margin pengecer(Rp/Kg)	Total margin(Rp/Kg)
1	Tuna	5000	5000	10000
2	Ikan Kuwe	10000	5000	15000
3	Tongkol	3000	2000	5000

Sumber : Data Primer (diolah)

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa margin pemasaran tertinggi terdapat pada jenis ikan Kuwe Rp 15.000,00/kg sedangkan yang terendah terdapat pada jenis ikan Tongkol yaitu Rp5.000,00/kg.

Tabel 2. Jumlah dan total harga Jual ikan Pola 2

No.	Jenis ikan	Volume	Total harga jual ikan (Rp)	
			Produsen	Pengumpul
1	Tuna	140	6500000	7800000
2	Kuwe	600	7000000	9000000
3	Tongkol	420	8700000	10440000
4	Kerapu	450	27000000	33750000
5	Kakap	400	24000000	30000000

Sumber : Data Primer

Tabel 2 menunjukkan jenis-jenis dan jumlah ikan yang didistribusikan dan di pasarkan di PPI Calang menggunakan pola 2. Serta total harga penjualan/volume dari setiap jenis ikan.

Tabel 3. Margin Pemasaran Pola 2

No.	Jenis ikan	Total margin (Rp/Kg)
1	Tuna	9285,71
2	Kuwe	3333,33
3	Tongkol	4142,86
4	Kerapu	15000
5	Kakap	15000

Sumber : Data Primer (diolah)

Sedangkan margin pemasaran untuk pola 2 pada Tabel 3 tertinggi terdapat pada ikan Kerapu dan Kakap sebesar Rp 15.000,00/kg dan yang terendah terdapat pada ikan Kuwe yaitu Rp 3.333,00/kg.

Menurut penelitian Waoma (2015) Margin rata-rata setiap pola pemasaran Rp 500,00-3.000,00/kg. Sedangkan margin pemasaran yang terdapat di PPI Calang mencapai rata-rata Rp 3.000,00-15.000,00/kg. Bila dibandingkan margin pemasaran ikan di PPI Calang lebih tinggi dari pada penelitian sebelumnya. Hal ini terjadi karena meningkatnya nilai tukar mata uang disetiap tahunnya, serta besarnya pengambilan keuntungan pada setiap pelaku pemasaran yang disebabkan oleh besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan serta meningkatnya margin pemasaran sehingga tidak sesuai kegiatan distribusi dan pemasaran yang terjadi di PPI Calang. Karena semakin besar margin pemasaran maka semakin tidak efisien suatu kegiatan pemasaran tersebut. Tingginya margin pemasaran dan besarnya biaya pemasaran sering digunakan sebagai indikator tidak efisiennya suatu sistem pemasaran Fatmawati (2016).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pada pendistribusian dan pemasaran ikan di PPI Calang memiliki dua pola pemasaran yaitu, pola 1 terdiri dari nelayan – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – dan konsumen. pola 2 distribusi terdiri dari nelayan – pedagang pengumpul – konsumen.

### Saran

Penulis hanya meneliti pola pemasaran berdasarkan jenis ikan di PPI Calang. Penulis menyadari banyak memiliki kekurangan dan kekeliruan serta memiliki ruang lingkup yang kecil. Maka perlu dilakukannya pengkajian lebih dalam terhadap pola distribusi ikan di Kabupaten Aceh Jaya dengan ruang lingkup yang lebih

luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basri H. 2014. Analisis Rantai Pemasaran dan Besar Marjin Pemasaran Ikan Asin Pada Tiap Pelaku Pemasaran Di Desa Padang Rubek Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. [Skripsi]. Fakultas pertanian Universitas Teuku Umar. 71 halaman.
- Effendi I dan Oktariza W. 2006. Manajemen Agribisnis Perikanan. Penebar Swadaya. Bogor.
- Fatmawati. 2016. Rantai Distribusi Ikan Tangkap Di Desa Pohuwato Timur Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato. *Jurnal Agropolitan*. 3(3) : 32-41
- Hapsari TD. 2013. Distribusi dan Margin Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Tongkol (*Euthynnus affinis*) di TPI Ujung Batu Jepara. *Jurnal Ilmu Perikanan dan Sumberdaya perairan*. 2(2): 131-138.
- Johanson D. 2013. Analisis Efisiensi Pola Distribusi Hasil Penangkapan Ikan Nelayan Kecamatan Kahayan Kuala Kabupaten Pulang Pisau. *jurnal sains manajemen*. 1 (1) : 97-109.
- Naufal A. 2014. Analisis Kebijakan Pengelolaan Optimal Perikanan Cakalang di Pesisir Utara Aceh. [Tesis]. Sekolah Pascasarjana. Institut. Pertanian Bogor. 103 halaman.
- Naufal A, Kusumastanto T, Fahrudin A. 2016. Kajian Ekonomi Model Pengelolaan Sumberdaya Perikanan Cakalang di Pantai Utara Aceh. *Jurnal Aplikasi*

*Manajemen*.14(2) : 209-216

Syahputra F, Pane AB, Lubis E, Iskandar BH.

2015. Kebutuhan Fasilitas Pokok Pelabuhan Perikanan Pantai Lampulo 15 Tahun Mendatang. *Jurnal Marine Fisheries*. 6(1) : 33-43.

Wahyuni IS, Hartati ST, Indarsyah IJ. 2009.

Informasi Biologi Perikanan Ikan Kurisi (*Nemipterus japonicus*) di Blanakan dan Tegal. *BAWAL*. 2(4): 171-176.

Waoma I G . 2015. Pola Pemasaran Ikan Yang Didaratkan Di Tempat Pelelangan Ikan (Tpi) Telukdalam Kabupaten Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara. [Skripsi]. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Bung Hatta. 98 halaman.