

RANTAI PASOK IKAN LAYANG (*Decapterus spp*) DI KOTA AMBON

SUPPLY CHAIN OF SCAD (*Decapterus spp*) IN AMBON

Bethsy Leiwakabessy^{1,2}, Agustinus Tupamahu³, Friesland Tuapetel^{3*}

¹Mahasiswa Pascasarjana Universitas Patiimura,

²Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Maluku,

³Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Pattimura Ambon

*) Penulis korespondensi: friesland.tuapetel@fpik.unpatti.ac.id

Diterima 16 Februari 2021, disetujui 14 Juni 2021

ABSTRAK

Rantai pasokan ikan laut ialah proses integrasi yang menggabungkan produksi sampai pengiriman, serta upaya untuk memangkas biaya melalui pengiriman sehingga memberikan konsumen layanan yang baik. Sentra pendaratan ikan Eri merupakan salah satu kontributor bagi ketersediaan stok ikan layang di Kota Ambon, namun informasi rantai pasok khusus ikan layang belum ada. Tujuan penelitian yakni menganalisis rantai pasok ikan layang dan tingkat efisiensinya. Pengambilan data secara purposive sampling dengan data primer dan sekunder dari bulan September-Desember 2019. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga rantai pasok dengan empat pelaku yang terlibat di dalamnya. Strategi memperkecil margin dan memperpendek rantai pasok dengan melibatkan pelaku kunci pada saat harga mahal yakni papalele serta pemerintah waktu harga murah, diharapkan alternatif ini merupakan salah satu penunjang Lumbung Ikan Nasional.

Kata kunci: rantai pasok; papalele; ikan layang, Kota Ambon.

ABSTRACT

Marine fish supply chain is an integrated process that combines production until shipping, as well efforts to cut costs through shipping so as to provide consumers with good service. Eri's fish landing center is one of the contributors to the stock availability of layang fish in the Ambon. The purpose of the research is to analyze the supply chain layang fish and the level of efficiency. Data were collected by purposive sampling with primary and secondary data from September-December 2019. The results of the study obtained three supply chains with four actors involved in it. Strategies to reduce margins and shorten supply chains by involving key players at high prices, namely papalele and the government at low prices, It is hoped that this alternative is one of the supporting the national fish barn.

Keywords: supply chain; papalele; layang fish, Ambon.

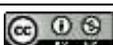
Cara sitasi: Leiwakabessy, B., Tupamahu, A., Tuapetel, F., 2021. Rantai Pasok Ikan Layang (*Decapterus spp*) di Kota Ambon. PAPALELE: Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, 5(1), 28-38, DOI: <https://doi.org/10.30598/papalele.2021.5.1.28/>

PENDAHULUAN

Maluku dikenal sebagai provinsi kepulauan karena didominasi dengan pulau-pulau kecil. Pulau-pulau ini bertaburan seperti cincin mengelilingi wilayah Maluku yang 92% terdiri atas lautan, sehingga tidak heran jika potensi ikannya melimpah serta banyak usaha perikanan tangkap. Ambon merupakan salah satu pulau kecil serta merupakan ibu kota Provinsi Maluku, hal ini memungkinkan tingginya aktivitas produksi hasil tangkapan ikan sehingga berdampak bagi nelayan,

pedagang pengumpul, pedagang pengecer (papalele) serta masyarakat pesisir secara umum.

Produksi stok ikan yang didaratkan di Pulau Ambon beragam, mulai dari ikan demersal sampai pelagis besar dan kecil (Tuapetel *et al*, 2018). Ikan pelagis kecil yang umumnya ditangkap oleh nelayan pesisir yakni ikan layang dengan kontribusi terhadap pendapatan dan konsumsi sekitar 57% dari total yang masuk ke Pasar Arumbai Kota Ambon (Luhur & Yusuf 2017). Memang pada



waktu tertentu ikan ini melimpah namun setiap bulan dapat dijumpai ketersediaanya di Pasar Arumbai (Tuapetel *et al*, 2019). Selain itu harganya terjangkau dan memiliki kualitas daging yang disukai oleh masyarakat khususnya dalam keadaan segar (Pattipeilohy & Talakua, 2019).

Ikan layang ditangkap oleh beberapa alat diantaranya: pancing tangan, bagan, jaring insang dan pukot cincin (Sangaji *et al*, 2014). Kapasitas tangkap setiap alat ini berbeda, namun yang terbesar dan biasanya dijadikan standarisasi bagi alat tangkap lainnya yaitu pukot cincin (Triharyuni *et al*, 2016). Nelayan pukot cincin Pulau Ambon yang menjadi penyuplai stok ikan layang ke Pasar Arumbai berasal dari Negeri Waai, Hitu, Laha, Hative Besar, Hutumuri, Latuhalat dan Eri. Sentral pendaratan ikan (SPI) Eri memiliki jarak yang cukup dekat dengan Pasar Arumbai sehingga menjamin kondisi stok ikan layang tetap segar sampai ke Pasar Arumbai Kota Ambon, inilah dasar sehingga SPI Eri dipilih sebagai lokasi penelitian.

Secara umum kajian efektifitas distribusi rantai pasok, pada beberapa jenis ikan telah diteliti sebagai berikut; Ikan Patin Pulau Jawa dengan mengintegrasikan jejaring mulai dari hulu sampai hilir (Perdana & Soemardjito, 2017). Penanganan ikan scombridae Jawa Tengah dengan menerapkan kebijakan reward and punishment, meningkatkan disiplin kerja, menggunakan proses produksi berstandar dan kendaraan berpendingin (cold storage), serta menjalin komitmen kerjasama dengan perusahaan third party logistic (3PL) yang berkompeten (Purwaditya *et al*, 2019). Ikan bandeng segar Kota Bekasi menerapkan sistem manajemen menurut standar yang telah ditetapkan dalam SNI ISO 28000:2009 (Widria *et al*, 2016). Kemudian menurut Katili *et al* (2020) efektifitas rantai pasokan ikan roa di Desa Kumu Sulawesi Utara yakni dengan memperpendek rantainya dari empat menjadi tiga.

Terkait efektivitas rantai pasokan ikan segar di Maluku, Luhur & Yusuf (2017) telah melaporkan rantai pasokan ikan cakalang dari PPI Eri ke Pasar Arumbai Kota Ambon, mereka menguraikan secara detail tiga rantai

pemasaran mulai dari nelayan sampai konsumen. Selanjutnya Apituley *et al* (2013) menyatakan bahwa pedagang pengumpul mempunyai peran besar dalam menentukan harga jual. Serta tukang lelang memegang peran yang sangat penting pada rantai pasok ikan pelagis kecil di Kota Ambon (Apituley *et al*. 2018). Penelitian-penelitian yang telah diuraikan sebelumnya secara spesifik tidak menjadikan ikan layang sebagai objek kajian. Pada hal ikan layang merupakan salah satu komoditi perikanan yang berpengaruh terhadap tingkat inflasi di Kota Ambon karena produksinya tertinggi di banding pelagis kecil lainnya serta ketersediaan stoknya hampir dijumpai sepanjang tahun (Haris 2021). Tujuan penelitian ini ialah menganalisis rantai pasok ikan layang dari SPI Eri ke Pasar Arumbai Kota Ambon dan menganalisis tingkat efisiensinya.

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September hingga Desember 2019, yang bertempat di Sentra Pendaratan Ikan Latukolan Desa Eri dan Pasar Arumbai – Kota Ambon.

Jenis dan Metode Pengambilan Data

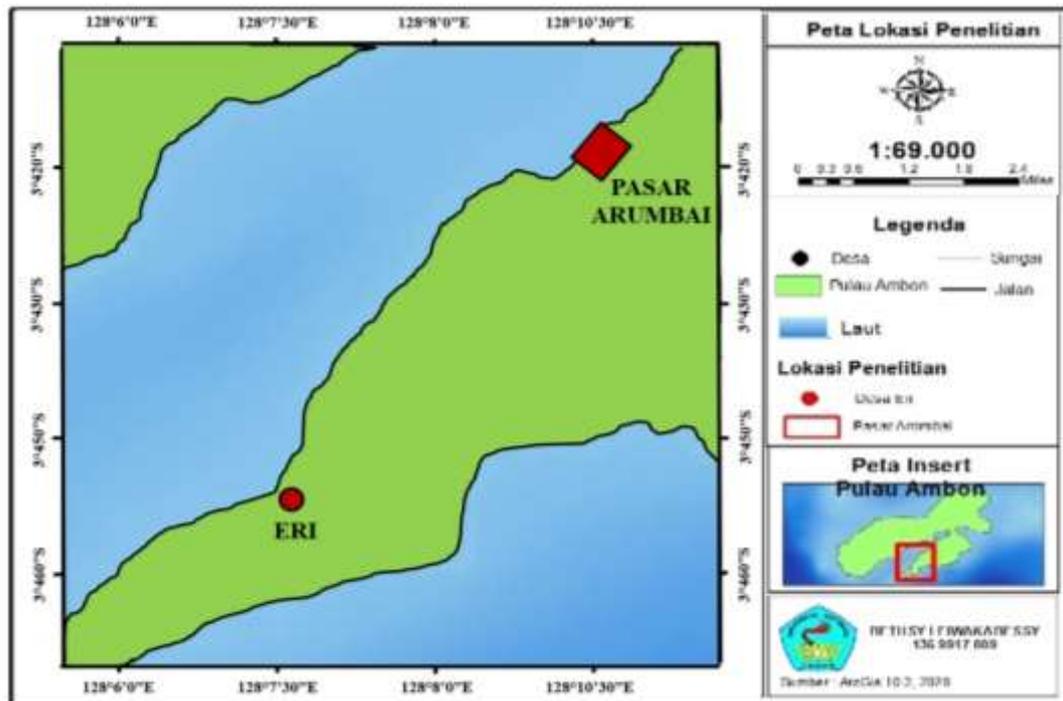
Data yang digunakan ada dua jenis, yaitu data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara, pengamatan secara langsung (*observation*) dan kuesioner dari responden dan narasumber yang terpilih dengan sengaja (*purposive*) dengan ketentuan bahwa yang bersangkutan memiliki pemahaman dan ikut terlibat dalam rantai pasok ikan segar (layang).

Data yang dikumpulkan yakni: a) jalur distribusi hasil tangkapan nelayan dari SPI Eri sampai ke konsumen akhir, b) biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pemasaran ikan layang (produk) dan persentase keuntungan dari masing-masing anggota rantai pasok, mulai dari nelayan (produsen) ke konsumen akhir, c) jumlah atau persentase produk dari produsen ke masing-masing anggota rantai pasok, misalnya berapa persen produk dari produsen langsung ke konsumen, berapa persen ke pengecer dan seterusnya, d) jumlah total produk ikan layang



di Pasar Arumbai, jumlah produk ikan layang SPI Eri yang di pasok ke Pasar Arumbai dari masing-masing anggota rantai pasok, berapa persen produk ikan layang dari SPI Eri terhadap total stok produk ikan layang di Pasar Arumbai.

Data sekunder dikumpulkan dari Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Ambon maupun Provinsi Maluku, SPI Eri dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ambon. Data meliputi jumlah produksi, harga, jumlah armada, jumlah nelayan dan alat tangkap yang digunakan.



Gambar 1. Lokasi Penelitian, Sentra Pendaratan Ikan (SPI) Eri dan Pasar Arumbai Kota Ambon

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* terhadap para stakeholder pelaku usaha perikanan yang mengetahui dan terlibat langsung dalam Rantai Pasok dari Sentra Pendaratan Ikan Latukolan Desa Eri ke Pasar Arumbai. Sebanyak 30 responden yang diambil secara acak dari populasi yang mewakili nelayan (10%), papalele (73%) dan tukang lelang (17%).

Metode Analisis

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara statistik diskriptif, untuk menggambarkan aktivitas distribusi hasil tangkapan serta para pihak yang terlibat.

Analisis kinerja rantai pasok untuk mengukur tingkat efisiensi rantai pasokan. Pengukurannya dengan memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pemasaran produk dan persentase

keuntungan dari masing-masing pelaku. Efisiensi rantai pasok dapat digambarkan dengan menghitung persentase margin pemasaran, margin keuntungan, rasio biaya pemasaran dengan rumus sesuai Jumiati *et al.* (2013) dan Harlawati *et al.* (2020).

$$MP = \frac{HJK}{HJP} - 1 \times 100\%$$

$$MP \text{ Keseluruhan} = MK \text{ Total} + RBP \text{ Total}$$

$$MP \text{ Keseluruhan} = MP \text{ Distributor} + MP \text{ Pengecer}$$

Keterangan:

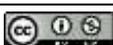
MP = Margin Pemasaran

HJK = Harga Jual Konsumen (harga di akhir rantai pasokan)

HJP = Harga Jual Produsen (harga di awal rantai pasokan)

MK = Margin Keuntungan

RBP = Rasio Biaya Pemasaran

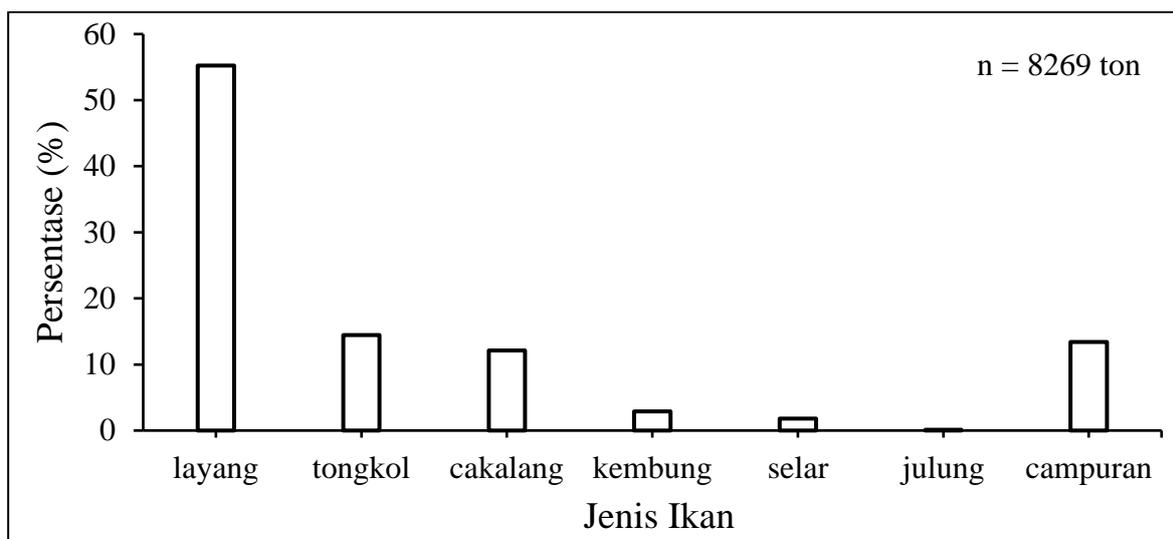


HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden pelaku usaha perikanan sebanyak 30 orang dengan perincian sebagai berikut: didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 22 orang dan laki-laki 8 orang. Umur responden bervariasi dari 30-70 tahun dan didominasi usia 51-60 tahun sebanyak 14 orang. Tingkat pendidikan SD-SMA dan dominan SMA berjumlah 20 orang. Berdasarkan status pernikahan, semua telah menikah dan hanya 1 responden yang belum. Jenis usaha responden berturut-turut; nelayan,

papalele dan tukang lelang yakni 3, 22 dan 5 orang. Dengan penghasilan per bulan sebesar 1,5 juta sampai di atas 2 juta, penghasilan yang diperoleh tidak menentu tergantung kondisi cuaca.

Para pelaku usaha perikanan membeli ataupun menjual berbagai macam jenis ikan seperti ikan layang, tongkol, cakalang, kembung dan selar (Gambar 2). Para pelaku usaha ini sering membeli ikan dari para Nelayan yang menggunakan kapal *purse seine* (jaring bobo) maupun *long boat* (Gambar 3).



Gambar 2. Produksi Hasil Tangkapan SPI Eri ke Pasar Arumbai Kota Ambon

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Maluku Tahun 2019.

Para pelaku usaha membeli ikan sebanyak satu sampai empat loyang sesuai dengan hasil tangkapan para nelayan, satu loyang kurang lebih beratnya sama dengan 30 kg. Hasil tangkapan nelayan dijual dengan harga yang murah apabila dijual langsung di sentra pendaratan Latukolan Dusun Eri.

Namun, lingkungan sekitar maupun sentra pendaratan ikan di Latukolan belum cukup baik dan sarana prasarannya kurang menunjang, sehingga nelayan cenderung memasarkan hasil tangkapannya ke pasar pusat (Arumbai) di Kota Ambon dengan bantuan perantara.



Gambar 3. Jual-Beli Ikan di SPI Latukolan Dusun Eri

Keterangan kiri: Nelayan jaring bobo, tengah: nelayan *long boat*, kanan: proses jual beli ikan

Sumber: data primer diolah, 2021.

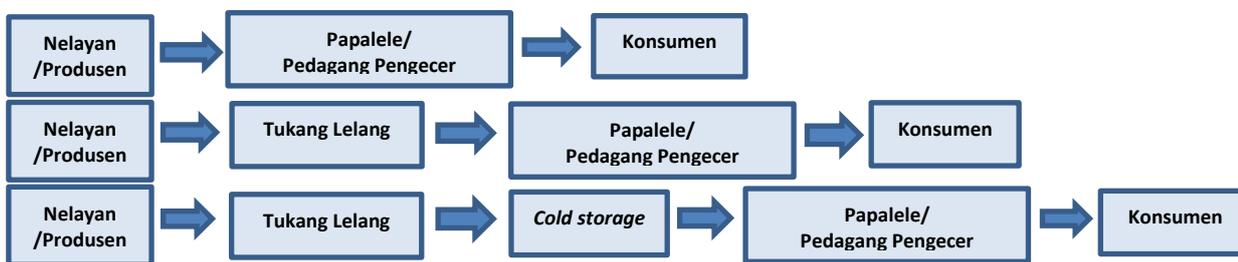
Berdasarkan Gambar 3 terlihat proses jual beli yang dilakukan para nelayan dengan menjual ikan kepada perantara yakni papalele maupun tukang lelang. Nelayan melakukan operasi penangkapan di sekitar perairan Pulau Ambon. Operasi penangkapan yang dilakukan dalam setahun biasanya hanya sekitar delapan sampai sepuluh bulan. Dalam sebulan operasi penangkapan dilakukan hanya 20 sampai 28 hari dan tergantung musim, serta waktu yang diperlukan untuk melaut biasanya enam jam per hari mulai dari jam 03.00 hingga 08.00 WIT.

Rantai Pasok

Saluran pemasaran menggambarkan urutan lembaga pemasaran yang harus dilalui oleh produk sejak diproduksi hingga ke konsumen akhir. Umumnya suatu produk mempunyai lebih dari satu macam saluran pemasaran dan dapat berbentuk sederhana ataupun rumit, tergantung dari produk tersebut. Lembaga pemasaran yang cepat mampu menyalurkan produk ke konsumen, biasanya memiliki saluran pemasaran yang lebih sederhana. Kegiatan saluran pemasaran merupakan suatu tindakan ekonomi yang mendasarkan pada kemampuannya untuk membantu penciptaan nilai ekonomi. Selain itu, pedagang perantara merupakan kelompok pedagang yang berhubungan langsung dengan nelayan di tempat pendaratan ikan dan sering bertindak sebagai agen bagi pedagang besar. Hubungan antara nelayan dengan perantara telah terbentuk sejak perdagangan ikan ada

dan hubungan ekonomi antara keduanya berbentuk persetujuan (Apituley *et al.*, 2013).

Salah satu hasil tangkapan nelayan yaitu ikan layang yang selain dipasarkan di Dusun Eri dan desa tetangga, juga didistribusikan ke Pasar Mardika (Pasar Arumbai) sebagai pasar induk dan beberapa pasar kecil lainnya di Kota Ambon. Dalam mendistribusikan ikan hasil tangkapan (ikan layang) nelayan ke pasar, ada sejumlah institusi yang terlibat dan bekerja sama sehingga ikan segar dapat sampai ke tangan konsumen tepat pada waktu yang dibutuhkan. Keterlibatan dan kerjasama institusi-institusi ini sangat tergantung dari jumlah hasil tangkapan nelayan dan modal pedagang. Menurut Asiati dan Nawawi (2017), kerjasama atau kemitraan antar institusi dalam perikanan tangkap merupakan bentuk hubungan kerja yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang berbagi komitmen untuk mencapai tujuan dengan menggabungkan sumber daya dan mengkoordinasi kegiatan bersama. Ikan dan produk perikanan lainnya bersifat mudah busuk dan mudah rusak. Walau begitu, pusat produksi ikan dan produk perikanan lainnya di Pulau Ambon tidak terlalu jauh dari pasar. Lokasi penangkapan yang berjarak sekitar 2-3 jam atau lebih dari desa nelayan ditambah waktu penangkapan 2-6 jam, menyebabkan ikan yang ditangkap dengan *purse seine* ataupun *long boat* ikan masih dalam kondisi segar ketika tiba di sentra pendaratan ikan (SPI) Latukolan Dusun Eri.

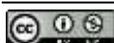


Gambar 4. Peta Rantai Pasok Ikan Layang di Kota Ambon

Sumber: data primer diolah, 2021.

Berdasarkan Gambar 4 terlihat bahwa peta rantai nilai ikan layang di Kota Ambon, terdiri atas tiga rantai pasok mulai dari produsen sampai ke konsumen, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Rantai penyaluran dari produsen melalui satu perantara, yakni papalele. Prosedurnya yakni ikan layang hasil tangkapan nelayan dibeli papalele,



- kemudian papalele menjualnya kepada konsumen di Pasar Arumbai.
- 2) Rantai penyaluran dari produsen melalui dua perantara kemudian ke konsumen, di mana produsennya ialah nelayan, hasil tangkapan ikan layang dibeli oleh tukang lelang. Kemudian tukang lelang menjualnya kepada papalele dan selanjutnya papalele menjualnya kepada konsumen.

- 3) Rantai penyaluran dari produsen melalui tiga perantara baru ke konsumen. Hasil tangkapan ikan layang dibeli oleh tukang lelang, yang kemudian menjualnya kepada perusahaan (*cold storage*). Selanjutnya ketika musim susah ikan para papalele akan membelinya dari *cold storage* untuk dijual ke konsumen.



Gambar 5 : Ditribusi Ikan di sekitar Eri dan ke Pasar Arumbai

Keterangan kiri: papalele membeli ikan dari nelayan, kanan: ikan dibawa ke Pasar Arumbai
Sumber: data primer diolah, 2021.

Berdasarkan Gambar 5 terlihat tahapan distribusi ikan mulai dari nelayan, selanjutnya papalele yang membeli ikan di SPI Latukolan dan memasarkan di pinggiran jalan raya sekitar Eri dan masyarakat (*buyer*) langsung membeli di tempat. Namun sebagian besar dipasarkan ke Pasar Arumbai dengan menggunakan mobil *pick up* dengan mengangkut ikan yang berada dalam loyang milik papalele. Meskipun Tempat Pelelangan Ikan (TPI) di Pasar Arumbai telah tersedia, namun sarana dan prasarananya belum tertata dengan baik, tergolong sangat kotor, bau dan kurang terawat.

Terkait harga jual, penetapan harganya berbeda-beda baik dari tingkat produsen, pengantara dan sampai kepada para konsumen di Kota Ambon. Penetapan harga ikan tergantung beberapa hal yakni sebagai berikut: Pemilik armada tangkap hanya menentukan harga pada tingkat produsen karena posisi tawar nelayan dalam penentuan harga sangat rendah sehingga nelayan hampir tidak pernah menetapkan harga di tingkat konsumen. Harga terbentuk dari kondisi permintaan dan penawaran produk, serta jumlah hasil tangkapan yang diperoleh. Selanjutnya

penetapan harga ditentukan oleh tukang lelang berdasarkan kondisi pasar saat itu. Harga menyesuaikan ikan dari pendaratan lain seperti dari Tulehu, Laha dan Seram (apakah bersamaan masuk, jumlah dan jenis ikan turut mempengaruhi harga).

Selain itu, harga yang diberikan kepada para pembeli baik tukang lelang maupun papalele berbeda. Harga yang diberikan kepada tukang lelang lebih murah daripada yang diberikan kepada papalele. Hal ini dikarenakan potongan 10 persen (%) yang didapatkan oleh tukang lelang dari pemilik armada penangkapan ikan. Nelayan melalui orang kepercayaannya biasanya akan mengantar hasil tangkapan ke pasar dan akan menyerahkan ikan ke tukang lelang. Tukang lelang umumnya menunggu hasil tangkapan nelayan di pasar. Ikan selanjutnya akan didistribusikan kepada papalele. Tukang lelang sangat jarang menjemput ikan di pinggir pantai atau di armada penangkapan nelayan. Sistem pemasaran ikan pelagis kecil di Pasar Arumbai bergantung pada tukang lelang. Apabila hasil tangkapan nelayan yang didistribusikan ke pasar dalam jumlah banyak, maka nelayan melalui orang kepercayaannya tidak dapat



langsung mendistribusikan ikan kepada papalele melainkan harus melalui tukang lelang, pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Apituley *et al.* (2018). Selain itu, rantai pemasaran dari tukang lelang lebih panjang dari papalele, di mana papalele langsung memasarkan ikan kepada konsumen, sedangkan tukang lelang ada beberapa tahap sebelum sampai ke konsumen seperti uraian diatas.

Efisiensi Rantai Pasok

Proses distribusi dan pemasaran membutuhkan perlakuan khusus agar mutu dan keawetan ikan dapat dipertahankan. Perlakuan khusus ini merupakan salah satu fungsi pemasaran yang bertujuan meningkatkan nilai ekonomi produk perikanan, yang dapat dilakukan melalui peningkatan efisiensi sistem pemasaran dalam konteks mekanisme koordinasi kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi ikan. Menurut Takalamingan *et al.* (2017), rantai pasok terdiri dari berbagai pelaku (produsen utama, pengolah, pedagang, penyedia jasa) dan dapat terbentuk jika semua pelaku dalam rantai tersebut bekerja sedemikian rupa sehingga memaksimalkan terbentuknya nilai sepanjang rantai tersebut.

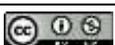
Keberhasilan suatu usaha ditunjukkan melalui kemampuan usaha tersebut memasarkan produk yang dihasilkannya. Sebagai aspek penting keberhasilan suatu usaha, pemasaran harus dilakukan dalam suatu sistem. Hal ini mengindikasikan bahwa pasar tidak lagi ditempatkan pada urutan akhir kegiatan pemasaran melainkan terdepan, yang berarti tujuan akhir dari suatu kegiatan perikanan adalah pasar, atau konsumen. Kunci utama dalam pendekatan sistem, semua komponen adalah sama penting atau sangat diperlukan. Karenanya, fungsi utama sistem pemasaran produk perikanan yang baik antara lain adalah untuk memberikan nelayan sebagai subyek atau pelaku ekonomi, suatu tingkat harga yang sesuai dengan tingkat risiko yang dihadapi, baik karena risiko teknis seperti faktor alam maupun risiko pasar, juga untuk memberikan tingkat harga yang sepadan bagi konsumen sesuai mutu produk yang diterimanya tanpa melupakan arti dan peran

penting lembaga yang terkait dalam proses pemasaran produk perikanan tersebut (Apituley *et al.*, 2013).

Analisis Marjin pemasaran sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya marjin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran (Budyanto, 2014). Dalam hal ini yang mau dilihat adalah lembaga pemasaran yang dilakukan oleh tukang lelang dan papalele yang memasarkan ikan layang.

Pengukuran efisiensi rantai pasok perlu memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pemasaran produk dan persentase keuntungan dari masing-masing anggota rantai pasok. Efisiensi rantai pasok dapat digambarkan dengan menghitung persentase margin pemasaran, margin keuntungan, rasio biaya pemasaran mulai dari awal hingga akhir anggota rantai pasokan. Perkiraan biaya pemasaran tukang lelang dan papalele pada saat harga murah dan mahal tersaji pada Tabel 1, sedangkan margin produksi tersaji pada Tabel 2.

Seperti yang dilihat pada Tabel 1 dan 2 margin keuntungan pada harga murah adalah sebesar 44 % untuk tukang lelang dan 35 % untuk papalele. Secara total, margin keuntungan ialah sebesar 83 %. Semakin besar margin keuntungan, mengindikasikan semakin kecil margin yang diterima produsen dan sebaliknya semakin kecil margin keuntungan, maka semakin besar margin yang diterima produsen. Selain itu, dilihat dari segi biaya pemasaran, komposisi biaya pemasaran adalah sebesar 36% untuk tukang lelang, 28% untuk papalele dan secara total adalah sebesar 68%. Besarnya biaya pemasaran yang diterima adalah sebagai akibat besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan hasil-hasil produksi, seperti biaya transportasi dan bongkar muat, biaya pendinginan dan biaya-biaya lainnya. Selanjutnya, semakin besar margin pemasaran berarti keuntungan dan biaya pemasaran yang diterima dan dibayar oleh lembaga-lembaga pemasaran relative



besar (Kharie *et al.* 2017). Hal ini memberi indikasi bahwa pemasaran hasil produksi

perikanan di daerah tersebut relatif kurang efisien.

Tabel 1. Biaya Pemasaran dan Keuntungan Tukang Lelang dan Papalele

I	Tukang Lelang	Harga murah	Harga mahal (Rp)
		(Rp)	
1.	Harga jual	285.000,00	724.000,00
	Harga beli	157.500,00	614.000,00
	Selisih	127.500,00	110.000,00
2.	Biaya Pemasaran		
	a. Bongkar+Transportasi	19.200,00	16.600,00
	b. Pendingin	12.800,00	11.000,00
	c. Biaya lain	25.500,00	22.000,00
	Jumlah	57.500,00	49.000,00
3.	Keuntungan	70.000,00	61.000,00
II Papalele			
1.	Harga Jual	285.000,00	804.500,00
	Harga Beli	175.000,00	682.000,00
	Selisih	110.000,00	122.500,00
2.	Biaya pemasaran		
	a. Bongkar muat+transportasi	16.500,00	18.000,00
	b. Pendingin	11.000,00	12.000,00
	c. Biaya lain	22.000,00	24.000,00
		49.500,00	54.000,00
3.	Keuntungan	60.500,00	68.000,00

Sumber: data primer diolah, 2021.

Tabel 2. Margin Produksi Hasil Produksi Ikan Layang

Uraian	Harga Murah (Rp)		Harga Mahal (Rp)	
	Margin Keuntungan	Biaya pemasaran	Margin Keuntungan	Biaya pemasaran
T.L	0,44	0,36	0,10	0,08
P.E	0,35	0,28	0,10	0,08
M.P	0,83	0,68	0,21	0,17

Keterangan: TL = tukang lelang, PE = pedagang eceran (papalele), MP = margin pemasaran.

Sumber: data primer diolah, 2021.

Pada saat produksi ikan layang sedikit diperoleh oleh nelayan, maka harga ikan semakin mahal apabila dibeli oleh konsumen. Selain itu, harga beli yang diperoleh oleh tukang lelang lebih murah daripada yang diperoleh oleh papalele. Perkiraan biaya pemasaran dan keuntungan tukang lelang dan papalele pada saat harga mahal dijelaskan sebagai berikut: margin keuntungan adalah sebesar 10 % untuk tukang lelang dan 10 % untuk papalele. Secara total, margin keuntungan sebesar 21%, semuanya sama besar margin keuntungannya. Semakin besar margin keuntungan, memberi indikasi semakin

kecil margin yang diterima oleh produsen dan sebaliknya semakin kecil margin keuntungan semakin besar margin yang diterima produsen. Selain itu, dilihat dari segi biaya pemasaran, komposisi biaya pemasaran adalah sebesar 8% untuk tukang lelang dan 8% dan untuk papalele dan secara total adalah sebesar 17 %. Besarnya biaya pemasaran yang diterima adalah sebagai akibat besarnya biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan hasil-produksi, seperti biaya transportasi dan bongkar muat, biaya pendinginan dan biaya-biaya lainnya. Selanjutnya, semakin besar margin pemasaran berarti keuntungan dan



biaya pemasaran yang diterima dan dibayar oleh lembaga-lembaga pemasaran relative besar, pendapat yang sama dikemukakan oleh Triyanti & Shafitri (2017). Namun, hal yang terjadi pada kasus ini pada saat harga ikan mahal, margin keuntungannya kecil dan biaya pemasaran kecil juga sehingga berarti keuntungan dan biaya pemasaran yang diterima dan dibayar oleh lembaga-lembaga pemasaran relative kecil. Hal ini memberi indikasi bahwa pemasaran hasil produksi perikanan realtif efisien.

Berdasarkan fakta di lapangan, terdapat tiga model distribusi hasil tangkapan dari SPI Eri ke pasar Arumbai Kota Ambon atau terdapat tiga rantai pasok. Empat pelaku utama

di dalamnya yakni nelayan sebagai produsen, papalele bertindak sebagai pedagang pengecer, tukang lelang dan cold storage. Nelayan–Papalele–Konsumen ialah rantai pasok terpendek yang umumnya terjadi pada kondisi hasil tangkapan sedikit dan harga mahal. Apabila hasil tangkapan nelayan dalam jumlah banyak, maka rantai pasok yang panjang yakni: nelayan, tukang lelang, papalele, konsumen atau nelayan, tukang lelang, cold storage, papalele barulah sampai ke tangan konsumen. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi margin pemasaran. Dengan beberapa fakta di atas maka diusulkan alternatif rantai pasok (Gambar 6).

Harga Mahal:



Harga Murah dan banyak ikan:



Gambar 6. Alternatif Rantai Pasok Ikan Layang di Kota Ambon

Sumber: data primer diolah, 2021.

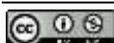
Berdasarkan Gambar 6, Rantai pasok terpendek sesuai situasi dan kondisi pada saat ikan mahal sudah sangat cocok, rantai pasok pendek sangat disarankan karena akan berdampak efisiensi terkait dengan meminimalisir waktu dan biaya pengiriman, hal ini sesuai dengan pendapat (Sudjono & Noor 2015). Selanjutnya jika harga mahal maka alternatif kedua diusulkan untuk memotong mata rantai pasok agar tidak terlalu panjang, serta diharapkan pemerintah turut berperan aktif serta memfungsikan kembali beberapa Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) sebagai sarana pemasaran serta cold storage sebagai sarana penampungan hasil tangkapan nelayan. Salah satu contoh nyata pada waktu pelaksanaan Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) tahun 2019 di Kota Ambon disediakan cold storage, namun setelahnya cold storage tersebut tidak dimanfaatkan, alangkah bijaknya jika tetap dimanfaatkan khususnya untuk menampung ikan layang pada saat harga murah. Alternatif b pada Gambar 6 pada saat

harga murah, juga merupakan salah satu solusi untuk memperkuat Maluku sebagai Lumbung Ikan Nasional, dengan memanfaatkan sarana dan prasarana pendukung dalam hal ini yakni cold storage yang tersedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis rantai pasok ikan layang dari SPI Eri ke Pasar Arumbai menunjukkan adanya empat rantai pasok dan empat pelaku. Semakin pendek rantai pasok serta margin pemasaran kecil berarti keuntungan dan biaya pemasaran yang diterima besar. Hal ini mengindikasikan bahwa pemasaran hasil produksi perikanan ikan layang akan lebih efisien, demikian sebaliknya. Alternatif rantai pasok terpendek sangat disarankan untuk menjamin ketersediaan stok, meminimalisir harga, meningkatkan keuntungan, memberdayakan papalele sebagai aset dan budaya lokal yang harus dipertahankan, serta peran dan kontribusi pemerintah sangat dibutuhkan



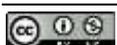
terutama pada saat ketersediaan stok ikan layang melimpah.

Saran

Diharapkan pemerintah berperan dalam memberikan akses modal dengan bunga kecil kepada pelaku usaha pemasaran ikan (nelayan dan papalele) agar keuntungan yang diterima lebih meningkat. Diharapkan sistem manajemen rantai pasok khusus pada saat harga murah diperbaiki untuk menjamin ketersediaan stok dan kestabilan harga jual.

DAFTAR PUSTAKA

- Apituley Y.M.T.N, Bawole D, Savitri I. K, dan Tuapetel F. 2018. Pemetaan rantai nilai ikan pelagis kecil di Kota Ambon. *Papalele Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan*. 2(1): 15-21.
- Apituley Y.M.T.N, Wiyono E.S, Hubeis M, Nikijuluw V.P.H. 2013. Pendekatan Fungsi dan Kelembagaan dalam Analisis Pemasaran Ikan Segar di Maluku Tengah. *Marine Fisheries*, 4 (1): 67-74.
- Asiati D, dan Nawawi N.F.N. 2017. Kemitraan Di Sektor Perikanan Tangkap: Strategi Untuk Kelangsungan Usaha Dan Pekerjaan. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 11(2): 103-118.
- Budiyanto T. 2014. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Bandeng Desa Tambak Sari, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang. *Agribusiness Journal*, 8(1): 83-110.
- Haris A. 2021. Potensi dan pengelolaan perikanan pelagis di Provinsi Maluku. In: Rahardjo MF, Tuapetel F (Editor). *Pengelolaan dan Konservasi Sumber daya ikan pelagis Perairan Maluku Lumbung Ikan Nasional*. Masyarakat Iktiologi Indonesia, Cibinong pp. 1-20.
- Harlawati, Budiyanto, dan Mansyur A. 2020. Kajian saluran pemasaran ikan layang (Decapterus spp) di Tempat pelelangan ikan (TPI) Kota Kendari. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 5(1).
- Jumiati E, Darwanto D.H, dan Hartono S. 2013. Analisis saluran pemasaran dan margin pemasaran kelapa dalam di daerah perbatasan Kalimantan Timur. *Agrifor: Jurnal Ilmu Pertanian dan Kehutanan*, 12(1): 1-10.
- Katili K, Kindangen P, dan Karuntu M.M. 2020. Analisis Manajemen Rantai Pasok Ikan Roa Di Desa Kumu Kecamatan Tombariri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3): 261-270.
- Kharie W.R, Manoppo V.E, dan Wasak M. 2017. Analisis Rantai Nilai Produk Olahan Tuna Cakalang di Pulau Lembeh untuk Pemasaran Lokal di Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Akulturasi: Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 5(9): 572-580.
- Luhur E.S, dan Yusuf R. 2017. Analisis rantai nilai ikan cakalang di Kota Ambon, Maluku. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 12(1): 93-105.
- Pattipeilohy R.F, dan Talakua E.G. 2019. Produktivitas dan Resiko Usaha Purse Seine Di Negeri Latuhalat. *Papalele: Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan*, 3(1): 31-37.
- Perdana Y.R, dan Soemardjito J. 2017. Model Jaringan Rantai Pasok Komoditi Perikanan Dalam Rangka Mendukung Sistem Logistik Ikan Nasional. *Jurnal Transportasi Multimoda*, 13(1): 31-40.
- Purwadiyana A.K, Widodo K.H, dan Ainuri M. 2019. Mitigasi Risiko Pada Rantai Pasok Hulu Ikan Scombridae Segar Di Pelabuhan Perikanan Pantai Tegal, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 13(2): 219-227.
- Sangaji J, Kusumastanto T, dan Simanjuntak S.M. 2014. Analisis depresiasi dan kebijakan pengelolaan sumberdaya ikan layang di wilayah perairan Kota Ambon. *Journal of Agriculture, Resource and Environmental Economics*, 1(1): 43-60.
- Sudjono H, dan Noor S. 2015. Penerapan Supply Chain Management Pada Proses Manajemen Distribusi Dan Transportasi Untuk Meminimasi Waktu Dan Biaya Pengiriman. *Jurnal Poros Teknik*, 3(1): 26-33.



- Takalamingan M, Longdong F.V, dan Jusuf A. 2017. Analisis Efisiensi Saluran Distribusi dan Risiko Pelaku USAha pada Rantai Pasok Ikan Cakalang Asap di Kelurahan Girian Atas Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *AKULTURASI: Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 5(9):705-712.
- Triharyuni S, Hartati S.T, dan Nugroho D. 2016. Evaluasi Potensi Ikan Layang (*Decapterus spp.*) di WPP 712–Laut Jawa. *Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia*, 20(3): 143-152.
- Triyanti R, dan Shafitri N. 2017. Kajian pemasaran ikan lele (*Clarias Sp*) dalam mendukung industri perikanan budidaya (studi kasus di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 7(2): 177-191.
- Tuapetel F, Apituley Y.M.T.N, Savitri I.K, dan Bawole D. 2019. Manajemen Penangkapan Purse Seine Berbasis Spesies Untuk Menjamin Ketersediaan Stok Ikan Di Pasar Kota Ambon. *Prosiding Seminakel*, 1(1): 1-7.
- Tuapetel F, Matruty D.D, dan Waileruny W. 2018. Diversity of Demersal Fish Resources in Ambon Island Waters. *Jurnal Iktiologi Indonesia*, 18(3): 223-239.
- Widria Y, Trilaksani W, dan Cahyadi E.R. 2016. Evaluasi dan pengembangan sistem manajemen rantai pasok bandeng segar (*Chanos chanos*) di Kota Bekasi, Jawa Barat. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 11(2): 129-140.

