

## ANALISI PEMASARAN RENGGINANG IKAN ANTAR SKALA USAHA DI KECAMATAN PANARUKAN KABUPATEN SITUBONDO

### ANALYSIS MARKETING RENGGINANG FISH BETWEEN BUSINESS SCALE IN PANARUKAN DISTRICT SITUBONDO REGENCY

Dian Ainur Rahman<sup>1</sup>, Syamsul Hadi<sup>2</sup> & Henik Prayuginingsih<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Alumni Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember

Email: dianainurrahman96@gmail.com

#### ABSTRAK

Potensi ikan di Kecamatan Panarukan dimanfaatkan sebagian warganya sebagai bahan baku rengginang ikan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui perbedaan: 1) keuntungan agroindustri 2) saluran pemasaran, 3) keuntungan pemasaran, dan 4) efisiensi pemasaran antar skala usaha agroindustri rengginang ikan. Penelitian berlokasi di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo, menggunakan metode deskriptif dan survey dengan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive method*). Sampel yang digunakan adalah 18 pengusaha rengginang ikan di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, wawancara dan instansional. Analisis data menggunakan analisis keuntungan, saluran pemasaran, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran, *farmer share*, dan rasio keuntungan/biaya pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) tidak terdapat perbedaan tingkat keuntungan antar skala usaha dengan rata-rata keuntungan skala kecil Rp 9.581/kg produk sedangkan skala rumah tangga Rp 11.460/kg produk. 2). ada dua macam saluran pemasaran rengginang ikan yaitu: a) saluran pemasaran satu tingkat digunakan oleh 44% pengrajin yang seluruhnya merupakan skala rumah tangga, b) saluran dua tingkat digunakan oleh 56% pengrajin, seluruhnya pengrajin skala kecil. 3) keuntungan pemasaran pada agroindustri skala kecil sebesar Rp 4.109/kg produk sedangkan skala rumah tangga sebesar Rp 3.808/kg produk. 4) seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien. *Farmer share* pengrajin pada saluran dua tingkat yaitu sebesar 74,24% lebih besar dari pada saluran satu tingkat yaitu sebesar 81,97% dengan rasio keuntungan/ biaya pemasaran skala kecil sebesar 0,06 dan skala rumah tangga sebesar 0,13.

Kata kunci : efisiensi pemasaran, keuntungan agroindustri rengginang, Keuntungan pemasaran dan Saluran pemasaran.

#### ABSTRACT

*The potential of fish in subdistrict of Panarukan is used by some of citizens as fish rengginang chips. The research aimed to find out the differences: 1) agroindustry profits, 2) marketing channels, 3) marketing benefits, and 4) marketing efficiency between to scale of business. The research was located in Subdistrict of Panarukan, Situbondo Regency. The study used descriptive and survey methods with the research location chosen deliberately (purposive method) on 18 fish rengginang chips entrepreneurs. The data's collection techniques carried out by observation, documentation, interviews and institutional. Data's analysis used profit analysis, marketing channels, marketing profits, marketing efficiency, farmer share, and profit/cost ratio of marketing. The results showed that : 1) there was no difference in the level of profit between business scales with an average small-scale profit of IDR 9,581/kg of products while the household scale of IDR 11,460/kg of products. 2) there are two types of fishmeal marketing channels, namely: a) one-level marketing channels used by 44% of craftsmen who were entirely household scale, b) two-level channels used by 56% of craftsmen, all of them were small-scale craftsmen. 3) the marketing advantage in small-scale agroindustry is IDR 4,109/ kg of products while the household scale of IDR 3,808/kg of products. 4) all marketing channels used efficiency. the farmer share on the two-level channels is 74,24%, greater than the one-level channels, which were 81,97%, with profit/cost ratio of marketing small-scale of 0,06 and household scale of 0,13.*

*Keywords: agroindustry profit, marketing channels, marketing efficiency and profit marketing.*

## Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara kepulauan terluas di dunia dengan jumlah pulau sebanyak 17.540 dan panjang garis pantai mencapai 104.000 km, total luas laut Indonesia sekitar 3,544 juta km<sup>2</sup> atau sekitar 70% dari wilayah Indonesia. Keadaan tersebut seharusnya meletakkan sektor perikanan menjadi salah satu sektor rill yang potensial di Indonesia. Dalam konteks global, kondisi geografis Indonesia yang strategis di titik silang perdagangan Dunia dengan potensi laut besar sudah selayaknya menjadikan Indonesia sebagai pemasok hasil perikanan terbesar di Dunia dan dapat menjadi pasar produk perikanan yang sangat prospektif. Berdasarkan kondisi-kondisi di atas sangat layak bila Indonesia menjadi *center of supply and demand* bagi produk perikanan.

Sektor perikanan tangkap sudah seharusnya menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Setiap tahun, jumlah produksi perikanan tangkap terus meningkat. Data kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) soal naiknya produksi perikanan tangkap sejak tahun 2012 hingga sekarang menjadi kabar gembira lagi para nelayan yang menggantungkan hidupnya di laut. Produksi perikanan tangkap tahun 2012 tercatat 5,8 juta ton senilai Rp 79,3 triliun. Angkanya lalu naik di tahun 2013 menjadi sebanyak 6,1 juta ton dengan nilai sebesar Rp 101,3 triliun. Lalu pada tahun 2014 produksi perikanan tangkap kembali menunjukkan peningkatan menjadi 6,4 ton atau setara dengan Rp108 triliun. Di tahun 2015, lagi-lagi angka produksinya naik menjadi 6,6 juta ton dengan nilai Rp 116,3 triliun. Dan di tahun 2016 menjadi 6,83 juta ton dengan nilai Rp 125,3 triliun. Tahun 2017, produksi perikanan tangkap kembali mencatat kenaikan produksi menjadi 7,7 juta ton dengan nilai Rp 158 triliun (DKKP,2018).

Wilayah perairan laut Indonesia terdapat beberapa jenis ikan bernilai ekonomis tinggi antara lain, tuna, cakalang, udang, tongkol, tenggiri, kakap, cumi-cumi, ikan-ikan karang, ikan hias, kerang, dan rumput laut (Andi Sanjaya,2010). Kegiatan penangkapan ikan memiliki dampak langsung dan tidak langsung terhadap ekosistem. Dampak ini diidentifikasi pada skala waktu dan level yang berbeda pada

organisasi biologis, yaitu populasi, komunitas dan ekosistem. Kegiatan penangkapan ikan yang berlebihan akan berdampak pada ekosistem laut yang mengalami penurunan kondisi alamnya, baik degradasi keragaman spesies maupun penurunan biomassa (Froese dan Pauly, 2000).

Ikan sebagai *perisabel food* (pangan mudah rusak) agar dapat dikonsumsi dalam kondisi yang baik, diperlukan upaya untuk mempertahankan kesegarannya melalui penerapan sistem rantai dingin (*es*). Disamping itu, agar ikan dapat dikonsumsi dalam waktu yang cukup lama dan untuk memberikan keuntungan dan nilai tambah pada ikan, maka dilakukan usaha untuk pengawetan ikan melalui pengolahan menjadi seperti pengeringan/pengasinan, pemindangan, pengasapan, dan pengolahan menjadi suatu produk seperti, krupuk ikan, rengginang ikan, petis ikan dan sebagainya. Perikanan di Indonesia pada umumnya terdiri dari perikanan tangkap dan budidaya, untuk komoditas ikan laut umumnya produksi terbesar berasal perikanan tangkap.

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa produksi rengginang ikan di Kabupaten Situbondo setiap tahunnya selalu meningkat dari 2014-2016 pada tahun 2014 produksinya sebesar 49.59 ton, pada tahun 2015 sebesar 351.59 ton, dan produksi pada tahun terakhir sebesar 652.2 ton dengan rata-rata selama 3 tahun produksi rengginang sebesar 351.13 ton dengan presentase 33.33 ton.

Kabupaten Situbondo mempunyai tujuh belas kecamatan. Salah satu diantaranya adalah Kecamatan Panarukan. Kecamatan Panarukan merupakan wilayah strategis untuk pengembangan usaha pengolahan produk rengginang yang berbahan dasar sebagian besar dari ikan laut. Salah satu desa di Kecamatan Panarukan yaitu Desa Gelung Selatan merupakan daerah penangkapan ikan laut paling potensial di wilayah Provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan Tabel 2. dapat dilihat bahwa produksi rengginang ikan di Kecamatan Panarukan terbesar adalah di Desa Gelung dengan hasil produksi sebanyak 1.164 ton/tahun, Desa Duwet 22 ton/tahun, Panarukan 20 ton/tahun, Desa Kilensari 20 ton/tahun dan Desa Sumberkolak yaitu sebesar 12 ton/tahun.

**Tabel 1**Produksi Rengginang Ikan di Kabupaten Situbondo Tahun 2014-2016

No	Tahun	Produksi Rengginang Ikan	
		Produksi (ton)	Persentase (%)
1	2014	49.59	4.71
2	2015	351.59	33.38
3	2016	652.2	61.91
<b>Jumlah</b>		<b>1.053.38</b>	<b>100</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>351.13</b>	<b>33.33</b>

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Situbondo (2014-2016)

**Tabel 2 Produksi Rengginang Ikan Menurut Desa di Kecamatan Panarukan (ton) Tahun 2017**

No	Desa	Produksi Rengginang Ikan	
		Produksi (ton)	Persentase%
1	Duwet	22	1.78
2	Gelung	1.164	94.0
3	Panarukan	20	1.62
4	Kilensari	20	1.62
5	Sumberkolak	12	0.97
<b>Jumlah</b>		<b>1238</b>	<b>100</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>247.6</b>	<b>20.0</b>

Sumber : Disperindag Kabupaten Situbondo Tahun 2017

Harga yang di tawarkan juga berubah-ubah tiap saat karena dari harga bahan baku yang fluktuatif sehingga harga rengginang ikan mengalami keadaan yang sama pula. Keadaan ini membuat produsen tidak mempunyai pilihan untuk memasarkan rengginang ikan. Maka dari itu, adanya lembaga pemasaran sangat di perlukan untuk menyebarluaskan produk rengginang ikan di Kabupaten Situbondo. Fenomena tersebutlah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian sehingga dapat mengetahui lebih lanjut mengenai keuntungan dari agroindustri pemasaran rengginang ikan di Kecamatan Panarukan dan efisiensi pemasaran rengginang ikan di Kecamatan Panarukan. Untuk mengukur perbedaan keuntungan agroindustri rengginang ikan di Kecamatan Panarukan antar skala? Untuk mengetahui saluran pemasaran agroindustri rengginang ikan Kecamatan Panarukan antar skala? Untuk mengukur keuntungan pemasaran agroindustri rengginang ikan di Kecamatan Panarukan antar skala? Untuk mengukuri efisiensi pemasaran agroindustri rengginang ikan di Kecamatan Panarukan antar skala? Untuk menjawab pertanyaan tersebut perlu dilakukan suatu penelitian yang mempelajari tentang agroindustri rengginang ikan yang dilakukan oleh petani selama ini.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan survey. Metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Sugiyono, 2005). Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode survey adalah cara pengumpulan data dari sejumlah individu dalam jangka waktu tertentu secara bersamaan serta melakukan wawancara langsung terhadap responden (Nazir, 1999).

### Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian dilaksanakan di kecamatan Panarukan, Kabupaten Situbondo, Provinsi Jawa Timur. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa lokasi penelitian tersebut memiliki jumlah agroindustri rengginang ikan terbanyak. Menurut Disperindag Kabupaten Situbondo Tahun 2017 terdapat 18 unit agroindustri rengginang ikan yang tersebar di Kecamatan Panarukan. Penelitian agroindustri rengginang ikan direncanakan akan dilaksanakan pada tahun 2018.

### Metode Pengambilan Sampel

Mengingat populasi pemilik agroindustri di Kecamatan Panarukan jumlahnya tidak terlalu banyak banyak, maka penentuan sampel (*responden*) dalam penelitian ini dilakukan secara total sampling yaitu pengambilan contoh dariseluruh populasi yang ada di daerah penelitian untuk dijadikan sampel. Keseluruhan populasi di daerah penelitian berjumlah 18 pengusaha agroindustri rengginang ikan dan seluruhnya dijadikan sampel.

### Metode Pengumpulan Data

Observasi yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dari pelaku usaha agroindustri rengginang ikan di Kecamatan Panarukan, Dokumentasi yaitu teknik dengan melakukan dokumentasi terhadap data-data yang ada pada usaha agroindustri rengginang ikan, Wawancara yaitu mengadakan diskusi langsung pada responden dengan mengumpulkan data dan informasi yang di perlukan dengan menggunakan kuisioner yang telah disiapkan, Instasional yaitu mengumpulkan dengan mencatat data yang sudah tersedia di kantor-kantor atau instansi yang ada kaitanya dengan penelitian ini.

### Metode Analisis Data

1. Untuk mengukur keuntungan agroindustri rengginang ikan dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

$$= P \cdot Q - (TFC + TVC)$$

Keterangan:

- $\pi$  = Keuntungan (Rupiah)
- TR = Total Revenue atau Penerimaan Total (Rupiah)
- TC = Total Cost atau Total Biaya (Rupiah)
- P = Price atau Harga satuan produksi (kg)
- Q = Quantity atau Total Produksi (kg)
- TFC = Total fixed cost atau total biaya tetap (Rupiah)
- TVC = Total variable cost atau total biaya variabel (Rupiah)

Selanjutnya untuk menguji hipotesis yaitu dengan mengetahui perbedaan tingkat keuntungan antar skala usaha digunakan uji-t. Pengujian dilakukan secara statistik menggunakan uji-t dengan formulasi sebagai berikut (Syakhiruddin 2008,)

t Untuk menguji hipotesis yang pertama digunakan pengujian hipotesis statistik dengan uji-t 2 arah, yaitu :

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$  Tidak ada perbedaan rata-rata antara variabel yang dibandingkan

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$  Ada perbedaan rata-rata antara variabel yang di bandingkan

di mana :

$\mu_1$  = rata-rata keuntungan pada agroindustri rengginang ikan

$\mu_2$  = rata-rata keuntungan pada agroindustri rengginang ikan

Hipotesis diuji dengan menggunakan uji-t :

$$t = \frac{(\mu_1 - \mu_2) - (x_1 - x_2)}{\sqrt{\frac{(n_1 + 1)s_1^2 + (n_2 + 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \cdot \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

di mana :

$x_1$  dan  $x_2$  = nilai rata-rata variabel yang dibandingkan

$s_1$  dan  $s_2$  = nilai rata-rata sampel yang dibandingkan

$n_1$  dan  $n_2$  = jumlah sampel yang dibandingkan

Kriteria pengambilan keputusan

$t_{hitung} \neq t_{tabel}$  : berarti ada beda nyata antara nilai rata-rata yang dibandingkan, atau  $H_0$  ditolak

$t_{hitung} = t_{tabel}$  : berarti tidak ada beda nyata antara nilai rata-rata yang dibandingkan, atau  $H_0$  diterima

2. Untuk mengetahui saluran pemasaran rengginang ikan di Panarukan dengan cara analisis melalui pengamatan terhadap lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat, mulai dari produsen rengginang ikan, pedagang pengepul desa dan pedagang ditingkat kabupaten. Pendapatan yang diterima oleh lembaga-lembaga yang terlibat akan berbeda-beda karena salurannya pun berbeda. Panjang pendeknya rantai pemasaran tidak selalu mencerminkan bahwa system pemasaran tersebut tidak efisien.

3. Untuk mengetahui untung pemasaran agroindustri rengginang ikan selisih harga yang dibayarkan produsen dan harga yang di berikan oleh konsumen disebut keuntungan pemasaran. Secara sistematis keuntungan pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

$K_p$  : Keuntungan pemasaran

$K_{p1}, K_{p2}, \dots, K_{pn}$  : Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran Untuk menguji hipotesis kedua maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : MP_1 = MP_2$  tidak ada perbedaan keuntungan pemasaran antar skala usaha

$H_a : MP_1 \neq MP_2$  ada perbedaan keuntungan pemasaran antar skala usaha

Kriteria pengambilan keputusan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  berarti tidak ada perbedaan keuntungan pemasaran antar skala usaha

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$  berarti ada perbedaan keuntungan pemasaran antar skala usaha

4. Untuk mengukur efisiensi pemasaran rengginang ikan digunakan dua indikator yaitu *Farmer share* dan Rasio keuntungan dan biaya pemasaran

$$a). FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan:

FS= *Farmer share*

$P_f$  = Harga ditingkat Produsen

$P_r$  = Harga ditingkat konsumen

A= Rasio keuntungan dan biaya pemasaran

$\pi$  = Keuntungan Pemasaran

C= Biaya pemasaran

Kriteria pengambilan keputusan

Jika  $Sp \geq 50\%$  berarti pemasaran rengginang ikan bagi pengusaha efisien.

Jika  $Sp < 50\%$  berarti pemasaran rengginang ikan bagi pengusaha tidak efisien.

b). Rasio keuntungan dan biaya pemasaran

$$A = \frac{\pi \text{ pemasaran}}{C \text{ pemasaran}}$$

Keterangan :  
 A= Rasio keuntungan dan biaya pemasaran  
 $\pi$ = Keuntungan Pemasaran  
 C= Biaya pemasaran  
 Kriteria pengambilan keputusan  
 Semakin besar nilai A maka semakin efisien saluran pemasaran  
 Semakin kecil nilai A maka tidak efisien saluran pemasaran

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Keuntungan Agroindustri Rengginang Ikan di Kecamatan Panarukan

#### Biaya Agroindustri Rengginang Ikan

Struktur biaya terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi, meskipun jumlah produksi yang dihasilkan banyak atau sedikit biaya tetap akan terus dikeluarkan, biaya tersebut adalah sewa lahan dan peralatan. Sedangkan biaya variabel ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan, biaya tersebut antara lain tenaga kerja, listrik, air dan plastik. Untuk lebih jelasnya struktur biaya pengrajin rengginang ikan Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan telah disajikan pada Tabel 1. Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa besarnya biaya produksi skala kecil yaitu sebesar Rp.2.057.717/100 kg ketan yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp.31.712/100 kg ketan dan biaya variabel sebesar Rp.2.026.005/100 kg ketan. Sedangkan biaya untuk skala rumah tangga lebih rendah dari skala kecil, karena produksi untuk skala kecil lebih banyak daripada skala rumah tangga.

Tabel 1. Struktur Rata-Rata Biaya Pengrajin Rengginang Ikan Per 100 kg Ketan Skala Rumah Tangga di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

Jenis Biaya	Biaya (Rp /100 kg ketan)	(%)
<b>Biaya tetap</b>	<b>9.500</b>	<b>0,76</b>
a.Sewa Lahan		
b. Penyusutan Alat	13.563	1,08
<b>Jumlah</b>	<b>23.063</b>	<b>1,83</b>
<b>Biaya Variabel</b>		
a. Biaya Bahan Baku Per Hari	1.460.275	80,38
b. Biaya Tenaga Kerja	185.968	14,78
c. Listrik	8.100	0,64
d. Air	830	0,07
e. Plastik	28.900	2,3
<b>Jumlah</b>	<b>1.684.073</b>	<b>98,17</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>1.707.136</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Analisis data primer (2019).

Sedangkan biaya skala rumah tangga menunjukkan bahwa jumlah rata-rata total biaya produksi rengginang ikan untuk skala rumah tangga di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo yaitu sebesar Rp.1.382.636/100 kg ketan yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp.23.063/100 kg ketan dan biaya variabel sebesar Rp.1.684.073/100 kg ketan.

Keuntungan Agroindustri Rengginang Ikan Antar Skala usaha

Tabel 2. menunjukkan bahwa rata-rata produksi rengginang ikan pada skala kecil yaitu sebesar 111,94 kg dengan harga jual Rp 28.000 / kg ketan sehingga menghasilkan penerimaan sebesar Rp 3.134.194 dengan mengeluarkan biaya total sebesar Rp 2.057.717 maka dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 1.076.477/kg ketan dan keuntungan per produk sebesar Rp 9.581.

Pada tabel 2. untuk skala rumah tangga rata-rata produk yang dihasilkan sebesar 102,14 kg dengan harga jual Rp 26.900 /kg ketan sehingga menghasilkan penerimaan sebesar Rp 2.747.914 dengan mengeluarkan biaya total sebesar Rp 1.707.136 maka dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 1.040.778 / kg ketan dan keuntungan per produk sebesar Rp 10.184. Keuntungan skala rumah tangga lebih besar di bandingkan skala kecil karena total biaya yang dikeluarkan skala kecil lebih besar dari pada skala rumah tangga. Untuk mengetahui perbedaan keuntungan agroindustri rengginang ikan antar skala usaha yang menggunakan uji t tersaji pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel 2. Rata-rata Harga, Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Agroindustri Rengginang Ikan Antar Skala Usaha di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

Uraian	Satuan	Berdasarkan Skala Usaha	
		Skala Kecil	Skala Rumah Tangga
Produksi	Kg	111,94	102,14
Harga	Rp/100 kg ketan	28.000	26.900
Penerimaan	Rp	3.134.194	2.747.914
Biaya	Rp/100 kg ketan	2.057.717	1.707.136
Keuntungan	Rp/100 kg ketan	1.076.477	1.040.778
Keuntungan	Rp/kg produk	9.581	10.184

Sumber: Analisis data primer (2019).

Tabel 3. Rata-rata Keuntungan Per 100 Kg Ketan Agroindustri Rengginang Ikan Antar Skala Usaha di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

No.	Skala Usaha	Keuntungan Rp/100 kg ketan	Perbedaan Rp/100 kg ketan	Probabilitas Signifikansi
1	Skala Kecil	1.076.477	35.669	0,73
2	Skala Rumah Tangga	1.040.778		

Sumber: Analisis data primer (2019).

Berdasarkan uji-t beda dua arah yang ditunjukkan pada Tabel 3. dapat diketahui bahwa perbandingan keuntungan pemasaran rengginang ikan berdasarkan pola saluran pemasaran menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Berdasarkan hasil penelitian Taufik (2018) menunjukkan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 5.759/kg produk, jika dibandingkan dengan hasil penelitian ini diperoleh keuntungan sebesar Rp 9.581 untuk skala kecil dan skala rumah tangga sebesar Rp 10.184 dikarenakan harga jual setiap tahun meningkat.

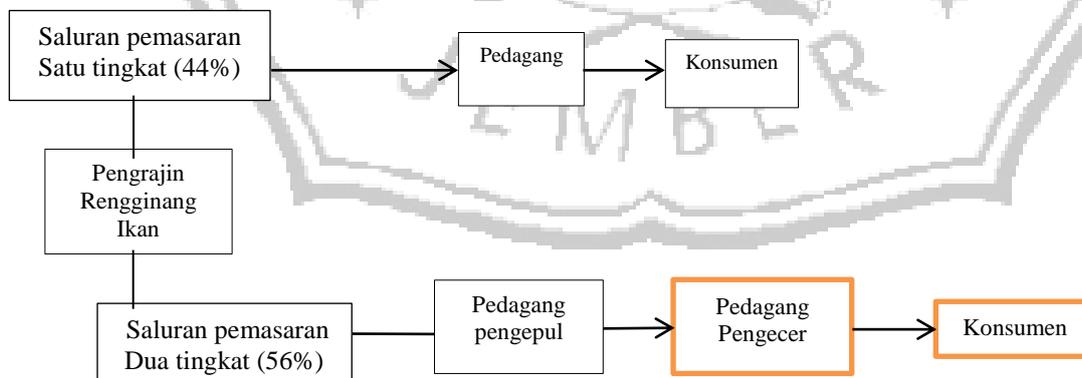
#### Saluran Pemasaran Agroindustri Rengginang Ikan

Kegiatan pemasaran sangat penting dilakukan secara optimal dan tepat pada saluran.

Oleh karena perlu untuk mengidentifikasi dan mencari solusi yang tepat sehingga pengrajin rengginang ikan dapat lebih meningkatkan kualitas dan mengembangkan usaha.

Saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin rengginang ikan melalui beberapa pertimbangan yaitu harga jual, lembaga pemasaran, biaya pemasaran yang dikeluarkan, kapasitas produksi rengginang ikan dan adanya jaminan pasar. Dengan adanya saluran pemasaran yang efisien akan menghasilkan harga yang sesuai baik pada tingkat produsen maupun konsumen.

Pada Gambar dibawah ini menjelaskan mengenai macam-macam saluran pemasaran rengginang ikan yang terjadi di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.



Gambar . Saluran Pemasaran Agroindustri Rengginang Ikan di Kecamatan Panarukan kabupaten Situbondo Tahun 2019

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat 2 (dua) jenis saluran pemasaran yang dipilih oleh pengrajin rengginang ikan untuk memasarkan hasil produksinya. Saluran pemasaran yang dipilih oleh para pengrajin rengginang ikan di daerah penelitian adalah saluran pemasaran satu tingkat dan dua tingkat.

Penggunaan saluran pemasaran satu tingkat sebanyak 44% pengrajin rengginang ikan, sedangkan saluran dua tingkat sebanyak 56%. Berdasarkan hasil saluran pemasaran ini jika dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Abusahnan (2012) diketahui bahwa terdapat 4 (empat) tingkat saluran pemasaran.

#### Keuntungan Pemasaran Agroindustri Rengginang Ikan.

Keuntungan pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga yang dibayarkan produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka jumlah dari keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran disebut sebagai keuntungan pemasaran. Berikut keuntungan pemasaran agroindustri rengginang ikan di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo dapat disajikan pada Tabel 4. dibawah ini:

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa agroindustri rengginang ikan skala kecil harga yang diterima pengrajin sebesar Rp.28.000/kg. Pedagang pengepul pada skala kecil mengeluarkan biaya tenaga kerja, harga beli, transportasi dan penyusutan alat. Biaya paling tinggi yang dikeluarkan pedagang pengepul pada skala kecil yaitu harga beli sebesar Rp.28.000. Sedangkan biaya lainnya yang terdiri dari, biaya tenaga kerja sebesar Rp.1.236/kg, biaya transportasi sebesar Rp.1.507/kg, dan biaya penyusutan alat sebesar Rp.914/kg, sehingga jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 31.657/kg.

Jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer pada skala kecil yaitu sebesar Rp35.984/kg. Biaya yang paling banyak dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah harga beli sebesar Rp34.000/kg. Total keuntungan pemasaran yang diperoleh skala kecil sebesar Rp4.019/kg dan rasio keuntungan/ biaya pemasaran sebesar 0,06. Sedangkan untuk mengetahui keuntungan agroindustri pemasaran rengginang ikan skala rumah tangga di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo tersaji pada Tabel 5.

.Tabel 4. Keuntungan Pemasaran Agroindustri Rengginang Ikan Skala Kecil di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo tahun 2019

No	Pelaku	Harga	
		(Rp/kg produk)	(% dari harga jual pengecer)
1.	<b>Pengrajin</b>	28.000	74,24
2.	<b>Pedagang Pengepul</b>		
	a. <b>Harga beli</b>	28.000	74,24
	b. Biaya pemasaran		
	Tenaga Kerja	1.236	3,28
	Transportasi	1.507	4,00
	Penyusutan Alat	914	2,42
	c. Jumlah biaya pemasaran	<b>31.657</b>	83,94
	d. <b>Harga jual</b>	34.000	90,15
	e. Keuntungan	2.343	6,21
3.	<b>Pedagang pengecer</b>		
	a. <b>Harga beli</b>	34.000	90,15
	Transportasi	1.494	3,96
	Penyusutan alat	454	1,20
	b. Jumlah biaya pemasaran	<b>35.948</b>	<b>95,32</b>
	c. <b>Harga jual</b>	37.714	100
	d. Keuntungan	1.766	4,68
	<b>Biaya Pemasaran Total</b>	<b>67.605</b>	
	<b>Keuntuntang Pemasaran Total</b>	<b>4.109</b>	
	<b>Farmer Share</b>		<b>74,24</b>
	<b>Rasio Keuntungan/Biaya</b>		<b>0,06</b>

Sumber: Analisis data primer (2019).

Tabel 5. Keuntungan Pemasaran Agroindustri Rengginang Ikan Skala Rumah Tangga di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo tahun 2019

No	Pelaku	Harga	
		(Rp/kg produk)	(% dari harga jual pengecer)
1	<b>Pengrajin</b>	26.900	81,97
2	<b>Pedagang Pengecer</b>		
	<b>a. Harga Beli</b>	26.900	81,97
	Transportasi	1.780	5,42
	Penyusutan Alat	330	1,01
	<b>b. Jumlah Biaya Pemasaran</b>	<b>29.010</b>	<b>88,40</b>
	<b>c. Harga Jual</b>	32.818	100
	<b>d. Keuntungan</b>	3.808	11,60
	<b>Biaya Pemasaran Total</b>	<b>29.010</b>	
	<b>Keuntungan Pemasaran Total</b>	<b>3.808</b>	
	<b>Farmer Share</b>		<b>81,97</b>
	<b>Rasio Keuntungan/Biaya</b>		<b>0,13</b>

Sumber: Analisis data primer (2019).

Tabel 5. menunjukkan bahwa harga yang diterima pengrajin sebesar Rp26.900/kg. Pada skala rumah tangga pengecer mengeluarkan jumlah biaya pemasaran sebesar Rp20.010/kg yang terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp1.780/kg, biaya penyusutan alat Rp330/kg dan harga beli sebesar 26.900/kg. sehingga total keuntungan pemasaran yang diperoleh sebesar Rp3.808/kg dengan rasio keuntungan/biaya pemasaran sebesar 0,13. lebih besar dari pada skala kecil karena rantai perdagangan yang lebih pendek terdapat pada skala rumah tangga.

#### Efisiensi Pemasaran Agroindustri Rengginang Ikan

Suatu usaha dilakukan dengan melihat pasar yang potensial dan memungkinkan untuk dijangkau. Efisiensi pemasaran diukur dari dua indikator *Farmer share* dan Rasio keuntungan/biaya pemasaran yang diterima pengrajin/produsen, semakin tinggi nilai *Farmer*

*share* maka semakin efisien. *Farmer Share* adalah rasio antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen.

Guna melihat tingkat efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran rengginang ikan di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo terdapat pada Tabel 6.8 berikut.

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 6. didapatkan hasil bahwa *Farmer share* ditingkat skala kecil adalah sebesar 74,24%, artinya seluruh harga yang dibayar oleh konsumen 74,24% diantaranya dinikmati oleh pengrajin. Pada skala rumah tangga *Farmer share* sebesar 81,97%, artinya dari harga yang dibayar oleh konsumen dinikmati oleh pengrajin sebesar 81,97%. Dikarnakan saluran pemasaran satu tingkat proses pemasarannya lebih pendek dibandingkan saluran pemasaran dua tingkat yang proses pemasarannya panjang untuk sampai ketangan konsumen.

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran pada Setiap Saluran Pemasaran Agroindustri Rengginang Ikan di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

No	Skala Usaha	Harga (Rp/kg produk)		R/C ratio	<i>Farmer share</i> (%)
		Pengrajin	Pengecer		
1	Kecil	28.000	37.714	0,06	74,24
2	Rumah Tangga	26.900	32.818	0,13	81,97

Sumber: Analisis data primer (2019).

Untuk mengukur efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yaitu dilihat dari nilai *Farmer share* apabila bagian yang diterima pengrajin <50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen >50% maka pemasaran dikatakan efisien. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dilihat dari nilai yang tersaji pada Tabel 6.8 bahwa nilai *Farmer share* >50%, maka saluran pemasaran skala kecil dan skala rumah tangga dianggap efisien dengan nilai sebesar 74,24% skala kecil dan 81,97% skala rumah tangga. Dilihat dari Tabel 6.8 efisiensi tertinggi terdapat pada saluran pemasaran skala rumah tangga, karena saluran pemasaran skala rumah tangga merupakan saluran pemasaran dengan harga ditingkat pengecer lebih rendah, dikarenakan pengecer membeli langsung kepada pengrajin. Semakin pendek saluran pemasaran suatu produk dengan margin pemasaran terendah dan *Farmer share* yang tertinggi maka saluran pemasaran semakin ekonomis.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang analisis pemasaran agroindustri rengginang ikan antar skala usaha di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo dapat disimpulkan bahwa:

1. Tidak terdapat perbedaan tingkat keuntungan antar skala usaha. Rata-rata keuntungan pada skala kecil Rp 9.581/kg produk atau Rp 1.076.477/100 kg ketan, sedangkan skala rumah tangga Rp 10.184/kg produk atau Rp 1.040.778/kg ketan.
2. Ada dua macam saluran pemasaran rengginang ikan, yaitu: a.) saluran pemasaran satu tingkat digunakan oleh 44% pengrajin yang seluruhnya merupakan skala rumah tangga, b.) saluran dua tingkat digunakan oleh 56% pengrajin, seluruhnya pengrajin skala kecil.
3. Keuntungan pemasaran pada agroindustri skala kecil sebesar Rp 4.109/kg produk sedangkan skala rumah tangga sebesar Rp 3.808/kg produk.
4. Seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien. *Farmer share* pengrajin pada saluran dua tingkat yaitu sebesar 74,24% lebih besar daripada saluran satu tingkat yaitu sebesar 81,97%.

### 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pola saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin sebaiknya menggunakan saluran pemasaran satu tingkat yang terdiri dari pengrajin dan pengecer, karena lebih efisien dibanding saluran dua tingkat.
2. Untuk memperoleh keuntungan pengrajin diharapkan bisa meningkatkan produksi pengolahan agroindustri rengginang ikan dengan mempersiapkan bahan baku yang cukup agar dapat melakukan produksi setiap hari.
3. Bagi pemerintah Disperidagin agar mendorong dan mengontrol pengembangan agroindustri rengginang ikan dengan diintensifikannya penyuluhan tentang penerapan pengolahan agroindustri yang baik agar usaha rengginang ikan ini tetap layak diusahakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abuhasnan. 2012. *Sistem Agribisnis Rengginang Lorjuk di UD. Nur Hamdi Prenduan Sumenep Cap Tiga Putri*. Universitas Islam Madura. Madura.
- Dinas Perikanan Kabupaten Situbondo, 2014. *Produksi Rengginang Ikan di Kabupaten Situbondo*. Situbondo.
- Disperidagin Kabupaten Situbondo, 2017. *Produksi Rengginang Ikan berdasarkan Kecamatan/Desa di Kabupaten Situbondo*. Situbondo
- Froese R dan Pauly D, Editors. 2000. *Fishbase 2000: Concepts, Design and Data Sources*. Philippines (PHL): International Center for Living Aquatic Resources Management.
- Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian, cetakan ketiga, Jakarta, Ghalia Indonesia*.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Syakhiruddin. 2008. *Statistika Ekonomi*. Cv Perdana Mulya Sarana. Medan.
- Taufik, A. 2018. *Analisis Nilai Tambah Agroindustri Berbasis Bahan Baku Ikan Laut di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo*. Universitas Muhammadiyah Jember. Jember.