

## RINGKASAN

Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor, yaitu tanaman pangan, kehutanan, perikanan, perkebunan dan peternakan. Subsektor perikanan merupakan salah satu sektor pertanian yang dapat menunjang pembangunan perekonomian. Subsektor perikanan dapat memegang peranan sangat penting dalam pembangunan perekonomian nasional, karena sumberdaya perikanan Indonesia merupakan aset pembangunan yang memiliki peluang besar untuk dijadikan salah satu sumber pertumbuhan ekonomi. Sumber daya perikanan yang dimiliki oleh Indonesia beragam dan berpotensi diantaranya perikanan hasil tangkap dan perikanan budidaya yang mengarah untuk kemajuan perekonomian Indonesia. Usaha pembesaran ikan termasuk dalam pengendalian pertumbuhan yang bertujuan untuk memperoleh hasil yang lebih tinggi atau lebih banyak dan lebih baik daripada bila ikan tersebut dibiarkan hidup secara alami sepenuhnya. Beberapa teknik dalam pembudidayaan ikan pun dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas lahan perikanan yang tersedia. Teknik-teknik pembudidayaan ikan yang dikenal di Indonesia antara lain pembudidayaan ikan di kolam air deras, kolam air tenang dan karamba (Rahayu, 2011).

Salah satu komoditi perikanan yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan sebagai ikan budidaya adalah Ikan Lele Dumbo (*Clarias sp*). Budidaya ikan Lele Dumbo (*Clarias sp*) banyak dilakukan antara lain karena dapat dipelihara dalam perairan yang kadar oksigennya rendah, rasa dagingnya lezat, pertumbuhannya cepat dan bernilai ekonomi relative tinggi (Anonymous 1991 diacu dalam Hartini 2002).

Ikan lele memiliki banyak keunggulan dibanding ikan jenis lainnya. Selain pertumbuhannya yang cepat, ikan lele juga memiliki kandungan gizi yang tinggi, sehingga permintaan akan ikan Lele selalu mengalami peningkatan. Hal ini dapat diketahui bahwa ikan Lele tidak hanya di konsumsi rumah tangga dan memenuhi permintaan pedagang pecel Lele, tetapi telah menjadi salah satu menu utama rumah makan.

Dari seluruh jenis ikan yang dibudidayakan di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember, Ikan Lele Dumbo merupakan jenis yang paling tinggi produksinya di Kecamatan Umbulsari. rata-rata produksi ikan lele dumbo di Kecamatan Umbulsari pada tahun 2017 adalah sebesar 975.12 ton. Sementara rata-rata produksi ikan Gurame pada tahun 2017 di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember adalah sebesar 324.72 ton.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengidentifikasi saluran pemasaran Ikan Lele Dumbo Di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember, (2) Untuk menghitung margin pemasaran dan distribusi margin pemasaran Ikan Lele Dumbo Di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember, (3) Untuk menganalisis efisiensi pemasaran Ikan Lele Dumbo Di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode Deskriptif Analisis merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada (Sugiyono, 2008)

Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama maka digunakan analisis kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara deskriptif pola saluran pemasaran Ikan Lele Dumbo dengan cara melihat kejadian di lapang dan melakukan wawancara langsung dengan subjek penelitian seperti petani Ikan Lele, pedagang perantara, dan pedagang Ikan Lele untuk mencari data primer.

Untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua maka digunakan analisis margin pemasaran. Analisis margin pemasaran berguna untuk melihat selisih harga antara harga yang dibayarkan konsumen dan harga yang diterima petani. Rumus untuk menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut (Asmarantaka 2012):

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana:

MP = Margin pemasaran (Rp)  
 Pr = Harga ditingkat konsumen akhir (Rp)  
 Pf = Harga ditingkat petani (Rp)

**Tabel 4.2 Distribusi Margin**

No	Uraian	Harga Rp/Kg	Distribusi Margin (%)	Share Margin (%)
1	Petani			
2	Pedagang Pengumpul			
3	Pedagang Besar			
4	Pedagang Pengecer			
<b>Margin Pemasaran</b>				

Untuk menjawab tujuan masalah yang ketiga maka digunakan analisis Efisiensi Pemasaran. Analisis ini bertujuan untuk menganalisis apakah usaha budidaya Ikan Lele Dumbo di Kecamatan Umbusari Kabupaten Jember sudah

Efisien atau tidak. Rumus untuk menghitung Efisiensi Pemasaran adalah sebagai berikut ( Herawati, 2012):

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana:

FS = Farmer's Share (%)

Pf = harga jual ikan lele dumbo di tingkat petani

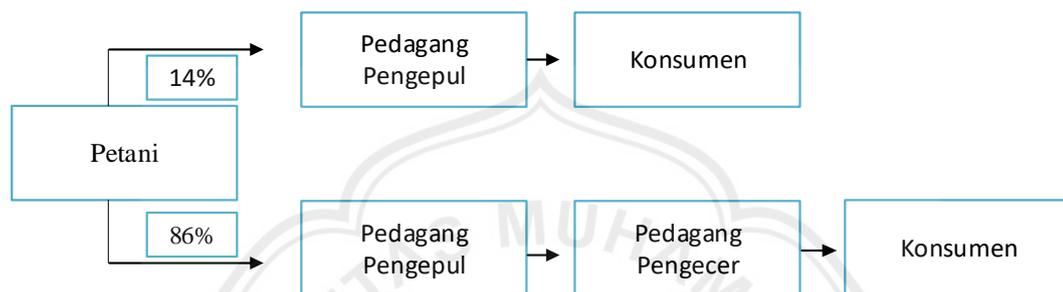
Pr = harga jual ikan lele dumbo di tingkat Konsumen

Untuk menguji hipotesis yang ke-3 maka kriteria penelitian adalah: (1) Jika  $F_s < 50\%$  maka saluran pemasaran semakin tidak efisien, (2) Jika  $F_s \geq 50\%$  maka saluran pemasaran semakin efisien.

Saluran pemasaran adalah rantai pemasaran yang terjadi di dalam proses proses pemasaran ikan lele dumbo yang di mulai dari petani hingga ke tangan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran ikan lele dumbo di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember ada 2 jenis saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 tingkat dan 2 tingkat. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ikan lele dumbo yaitu pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Adapun saluran-saluran yang terbentuk dalam proses pemasaran ikan lele dumbo di Kabupaten Jember adalah sebagai berikut: (1): Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen, (2) saluran II: Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Saluran pemasaran yang di digunakan oleh petani ikan lele dumbo beberapa pertimbangan yaitu harga jual, lembaga pemasaran, biaya pemasaran kapasitas produksi ikan lele dumbo dan adanya jaminan pasar. Pada dasarnya antara petani dan lembaga pemasaran saling bergantung satu sama yang lain. Bagi petani,

menentukan saluran pemasaran merupakan hal penting karena akan berpengaruh pada kepastian ikan lele dapat dijual. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran yang di pilih oleh petani ikan lele dumbo di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember dalam memasarkan ikan lele dumbo yang di gambarkan pada gambar berikut:



Saluran pemasaran yang pertama adalah saluran pemasaran satu tingkat, disebut saluran satu tingkat karena ikan lele yang dijual oleh petani hingga ke konsumen hanya melalui satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer. Dimana pada saluran pemasaran satu tingkat terdapat 14% responden petani dari total keseluruhan responden sebanyak 22 petani.

Saluan pemasaran yang kedua adalah saluran pemasaran dua tingkat. dinamakan saluran pemasaran dua tingkat karena dalam menyalurkan ikan lele dumbo melalui dua lembaga pemasaran dari petani hingga sampai pada konsumen. Dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Dimana pada saluran pemasaran dua tingkat terdapat 86% responden petani dari total keseluruhan responden sebanyak 22 petani.

Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima oleh paternak ikan lele dumbo dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Margin pemasaran

sebagai indikator efisiensi pemasaran karena semakin rendah margin pemasaran maka penjualan harga jual menjadi murah sehingga menguntungkan bagi konsumen. Besar kecilnya margin pemasaran tergantung kepada panjang pendeknya saluran pemasaran. Jumlah lembaga pemasaran yang terlibat serta harga yang ditentukan oleh lembaga pemasaran. Untuk mengetahui besarnya keuntungan yang di dapatkan pelaku pemasaran serta biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran ikan lele dumbo perlu dilakukan kegiatan analisis margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yang dilakukan. Besarnya margin pemasaran ikan lele dumbo dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	Disrtibusi Margin %	Share Margin Pemasaran %	Rasio Keuntungan $\pi/c$
1	Peternak				
	a. Harga Jual rata-rata	15,500.00		76.23	
2	Pedagang Pengecer				
	a. Harga Beli rata-rata	15,500.00			
	b. Tranportasi	182.97	3.79	0.90	
	c. Penyusutan Alat	147.33	3.05	0.72	
	d. Pengemasan	50.00	1.03	0.25	
	e. Harga Jual rata-rata	20,333.33			
	f. Keuntungan	4,453.03	92.13	21.90	11.709
3	Konsumen				
	Harga beli rata-rata	20,333.33			
	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>4,833.33</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

Sumber: Hasil analisis data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai margin pemasaran satu tingkat yaitu sebesar Rp. 4.833/kg nilai *share* adalah merupakan bagian harga yang diterima dan yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran. Rata-rata bagian harga yang

diterima oleh petani yaitu sebesar Rp. 15.500/kg atau 76,23% dari harga yang diterima konsumen.

Bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 4.453/kg atau 21,90%. Sedangkan biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer meliputi biaya penyusutan alat, biaya transportasi dan biaya pengemasan. Untuk biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 147.33/kg atau 0,72%, biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 182,97/kg atau 0,90% dan biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp50,00/kg atau 1,03%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari *share* keuntungan pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar 98,13% lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *share* biaya yaitu sebesar 1,9% artinya bahwa pemasaran satu tingkat untuk ikan lele dumbo menguntungkan.

Dilihat dari distribusi margin, keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 4.453/kg atau 92,13%. Sedangkan biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer meliputi biaya penyusutan alat, biaya transportasi dan biaya pengemasan. Untuk biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 147.33/kg atau 3,05%, biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 182,97/kg atau 3,79% dan biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp50,00/kg atau 0,25%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari *share* keuntungan pada saluran pemasaran satu tingkat sebesar 92,13% lebih

besar jika dibandingkan dengan nilai *share* biaya yaitu sebesar 7,87% artinya bahwa pemasaran satu tingkat untuk ikan lele dumbo menguntungkan.

Distribusi margin pada saluran satu tingkat ini menunjukkan bahwa keuntungan hanya dimiliki pedagang pengecer saja, sehingga dapat dikatakan bahwa bagian keuntungan adalah terkonsentrasi, jika dilihat dari ( $\pi/c$ ) yang merupakan nilai keuntungan dibandingkan dengan nilai total biaya pada saluran satu tingkat adalah 11,71 yang artinya bahwa setiap biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp 1 maka akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 11,71/kg ikan lele.

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/kg)	Disrtibusi Margin %	Share Margin Pemasaran %	Rasio Keuntungan $\pi/c$
1	Peternak				
	a. Harga Jual rata-rata	15,736.84		71.28	
2	Pedagang Pengepul				
	a. Harga Beli rata-rata	15,736.84			
	b. Tranportasi	298.14	4.70	1.35	
	c. Tenaga Kerja	241.11	3.80	1.09	
	d. Penyusutan Alat	125.62	1.98	0.57	
	e. Harga Jual rata-rata	17,161.54			
	f. Keuntungan	759.83	11.98	3.44	1.14
3	Pedagang Pengecer				
	a. Harga Beli rata-rata	17,161.54			
	b. Tranportasi	91.50	1.44	0.41	
	c. Penyusutan Alat	572.19	9.02	2.59	
	d. Pengemasan	53.13	0.84	0.24	
	e. Harga Jual rata-rata	22,076.92			
	f. Keuntungan	4,198.57	66.22	19.02	5.86
4	Konsumen				
	Harga beli rata-rata	22,076.92			
	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>6,340.08</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

Sumber: Hasil analisis data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran dua tingkat di didapatkan nilai margin pemasaran sebesar Rp. 6.340/kg dari selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen Rp. 22.076 dengan harga yang diterima petani sebesar Rp. 15.736/kg. Nilai *share* adalah merupakan bagian harga yang diterima dan yang dibayarkan oleh lembaga pemasaran. Rata-rata bagian harga yang diterima oleh petani yaitu sebesar Rp. 15.736/kg atau 71,28% dari harga yang diterima konsumen.

Keuntungan terbesar yang diterima oleh lembaga pemasaran adalah keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 4.198/kg atau 19,02%. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer meliputi biaya penyusutan alat, biaya transportasi dan biaya pengemasan. Untuk biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 572,19/kg atau 2,59%, biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 91,50/kg atau 0,41% dan biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp53,13/kg atau 0,24%. Sedangkan keuntungan yang diterima pedagang pengepul yaitu sebesar Rp. 759/kg atau 3,44% dengan biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul yang meliputi biaya transportasi sebesar - Rp. 298,14/kg atau 1,35% dan biaya penyusutan alat sebesar Rp. 125,62/kg atau 0,57% dan biaya tenaga kerja Rp. 241,11/kg atau 1,09%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa Share keuntungan pada pemasaran dua tingkat yaitu sebesar 93,74% lebih besar jika dibandingkan dengan share biaya sebesar 6,26%, artinya pemasaran dua tingkat ini menguntungkan.

Nilai distribusi margin yang diterima oleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp. 759/kg atau 11,98%. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul meliputi biaya penyusutan alat, biaya transportasi dan biaya tenaga kerja. Untuk biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 125,62/kg atau 1,98%, biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp. 298,14/kg atau 4,70% dan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp. 241,11/kg atau 3,80%.

Sedangkan nilai distribusi margin keuntungan yang diterima pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 4.198/kg atau 66,22%. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer meliputi biaya penyusutan alat, biaya transportasi dan biaya pengemasan. Untuk biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 572,19/kg atau 9,02%, biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 91,50/kg atau 1,44% dan biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 53,13/kg atau 0,84%. Secara keseluruhan hal tersebut menunjukkan bahwa margin keuntungan pada pemasaran dua tingkat yaitu sebesar 78,21% lebih besar jika dibandingkan dengan share biaya sebesar 21,79%, artinya bahwa pemasaran dua tingkat ini menguntungkan.

Distribusi margin pemasaran digunakan untuk mengetahui tingkat pemerataan pembagian keuntungan bagi masing-masing lembaga pemasaran. Bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul yaitu sebesar 1,14 dan bagian keuntungan yang diterima pedagang pengecer yaitu sebesar 5,86. Jika dilihat dari  $(\pi/c)$  yang merupakan nilai keuntungan dibagi dengan nilai total biaya

pada saluran dua tingkat untuk pedagang pengepul adalah 1,14 yang artinya bahwa setiap biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp 1 maka akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 1,14 /kg ikan lele dan untuk pedagang pengecer sebesar 5,86 yang artinya bahwa setiap biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp 1 maka akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 5,86/kg ikan lele.

Menurut Penelitian Dani Apriono (2012) menyatakan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran pemasaran I: pembudidaya – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran II: Pembudidaya - pedagang besar - pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran III: pembudidaya - pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Seluruh saluran ikan lele di Desa Rasau Jaya 1 sudah efisien, dengan masing-masing nilai margin pemasaran sebesar Rp 4.000 (saluran I), Rp 7.000 (saluran II) dan Rp 10.000 (saluran III). *Farmer's share* atau bagian yang diterima pembudidaya berhubungan terbalik dengan margin pemasaran, artinya semakin tinggi margin pemasaran maka semakin rendah bagian yang diterima pembudidaya. Saluran pemasaran yang memiliki *Farmer's share* tertinggi terdapat pada saluran I, maka saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien, dengan masing-masing nilai margin pemasaran dan *Farmer's share* adalah sebesar Rp 4.000 dan 83,33%.

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran	Farmer Share (%)
1	Petani - Pedagang Pengecer - Konsumen	I	76.230
2	Petani - Pedagang Pengepul - Pedagang Pengecer - Konsumen	II	71.282

Sumber: Hasil analisis data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran satu tingkat yaitu sebesar 76,23%, untuk *farmer's share* pada saluran pemasaran dua tingkat yaitu sebesar 71,28%. Untuk mengukur efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yaitu di lihat dari nilai *farmer's share* apabila bagian yang diterima petani  $< 50\%$  maka saluran pemasaran ikan lele dumbo dapat dikatakan tidak efisien dan apabila bagian yang diterima petani  $\geq 50\%$  maka saluran pemasaran ikan lele dumbo dapat dikatakan efisien. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dilihat dari nilai yang tersaji pada tabel 6.9 bahwa nilai *farmer's share*  $\geq 50\%$  maka saluran pemasaran satu tingkat dianggap efisien dengan nilai sebesar 76,23%, dan saluran pemasaran dua tingkat dianggap efisien dengan nilai sebesar 71,28%.

Menurut penelitian Dani Apriono (2012) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran mana saja yang efisien dari saluran pemasaran yang ada, dan mengetahui efisiensi pemasaran ikan lele. Pada penelitian ini menggunakan metode survey. Dengan menganalisis efisiensi pemasaran, *farmer's share*, *probability indeks*. Dengan hasil seluruh pemasaran ikan lele di desa rasau jaya I sudah efisien dengan *farmer's share* 83,33%. Sedangkan saluran II memiliki nilai *farmer's share* 78,58% dan saluran III sebesar 71,89%. tetapi bila dilihat dari perbandingan nilai margin dan *farmer's share* maka saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien yang melibatkan petani ikan-pedagang pengecer-konsumen. Ini di tinjau dari margin pemasaran, *farmer's share* dan *probability indeks*.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) Terdapat 2 pola saluran pemasaran di Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember, saluran pemasaran ikan lele dumbo yang ada adalah: (a) Pola Saluran I= Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen, (b) Pola Saluran II= Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen, (2) Margin pemasaran pada setiap pola saluran pemasaran memiliki perbedaan yaitu margin pemasaran pada pola saluran pemasaran ke I sebesar Rp 4.833/kg sedangkan pada pola saluran pemasaran ke II sebesar Rp 6.340/kg (3) Efisiensi pemasaran pada setiap pola saluran pemasaran yang lebih efisien terdapat pada pola saluran pemasaran I dengan nilai *farmer's share* sebesar 76,23% sedangkan pada pola saluran pemasaran II dengan nilai *farmer's share* sebesar 71,28%.