

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi dan industri membuat perusahaan harus mampu bertahan terhadap kompetisi pasar yang semakin ketat. Hal ini akan mendorong perusahaan untuk melakukan strategi peningkatan efisiensi produksi. Perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan sumber daya ekonomi yang dimiliki, sehingga perlu adanya manajemen yang baik agar dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mendapatkan laba yang maksimal. Setiap produsen menghendaki adanya peningkatan penjualan dan pendapatan. Bila mereka menghendaki penjualan hasil produknya berhasil, para produsen harus aktif berperan serta dalam proses distribusi hingga produk sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, produsen hendaknya dapat meningkatkan efisiensi dari setiap wilayah distribusi pemasarannya agar dapat mencapai target pasar yang telah ditentukan.

Menentukan efisiensi merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing di masa sekarang ini. Distribusi merupakan bagian dari pemasaran yang selalu muncul ketika melakukan perpindahan barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya dan terjadi pertambahan nilai. Distribusi merupakan faktor penting yang membuat perpindahan barang menjadi cepat (Deswindi 2007). Efisiensi pemasaran dapat terjadi yaitu pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran menjadi lebih tinggi; kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi; ketiga, tersedia fasilitas fisik pemasaran; keempat, adanya kompetisi pasar yang sehat. Istilah efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran. Hal ini mencerminkan konsensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah keuntungan pemasaran dan harga yang diterima konsumen.

Salah satu tempat dengan sentra industri perikanan *cold storage* yaitu terletak di Muncar, Banyuwangi. *Cold storage* itu sendiri merupakan mesin pendingin yang digunakan dalam mengawetkan makanan dan membekukan ikan. Ikan adalah bahan biologis yang apabila tidak memperoleh perlakuan tertentu setelah ditangkap dan diangkat dari air, maka ia akan mengalami penurunan kualitas ke arah membusuk. Manusia sejak lama berusaha untuk mendapatkan cara agar dapat menyimpan makanan yang dapat bertahan lebih lama. Berbagai cara yang telah dilakukan di antaranya adalah pengasinan, pengeringan, pengasapan, pemberian rempah-rempah dan pendinginan. Di antara cara-cara pengawetan tersebut ternyata dengan cara didinginkan dianggap paling baik karena bahan makanan/ikan yang telah didinginkan

akan tetap segar dan tidak akan mengalami perubahan rasa, warna dan aromanya, di samping itu segala aktivitas yang menyebabkan pembusukan akan terhenti sehingga bahan makanan/ikan yang didinginkan akan dapat tahan lebih lama lagi. Lebih khusus pada ikan, ada bermacam-macam jenis ikan yang dapat di jumpai, misalnya tuna, cakalang, tongkol, deho, layang, tude dan lain-lain.

Oleh karena itu perlu diadakan suatu teknik yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kesegaran ikan agar supaya tetap awet dan layak dikonsumsi. Untuk cara yang lebih efisien, praktis dan rasa ikan tetap seperti semula maka digunakan *cold storage* untuk mempertahankan kualitas ikan, sehingga bakteri yang menyebabkan penurunan mutu ikan dapat terhambat perkembangannya dan ikan menjadi tidak cepat busuk. *Cold storage* juga diperlukan karena produksi perikanan yang bersifat musiman. Produksi hanya pada musim tertentu, dan setiap sudah musimnya ikan akan sangat berlimpah dari laut. Akan tetapi jika pada musim tertentu seperti bulan purnama tidak ada ikan karena saat bulan purnama ikan akan bersembunyi di dasar laut. Sedangkan industri membutuhkan pasokan bahan baku secara terus-menerus, sehingga perlu *cold storage* sebagai fasilitas penyimpanan. Akan tetapi, produksi perikanan tangkap laut nasional melonjak drastis dari tahun 2017. Selama periode tersebut, hasil tangkapan laut mencapai 3,35 juta ton, naik 11,3 persen dibandingkan periode sama tahun 2016 yang sebesar 3,01 juta ton, berdasarkan data dari Pusat Data Statistik dan Informasi Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). Adapun untuk tahun 2018, hasil tangkapan diperkirakan mencapai 6,8 juta ton mengingat dalam setengah tahun, produksinya sudah mencapai 3,35 juta ton. Pertumbuhan produksi tangkapan laut sebesar 11,3 persen merupakan yang tertinggi dalam beberapa tahun terakhir.

Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Tangkapan Ikan



***) Belum ditetapkan
Sumber: Komnas Kajian, 2017

Kementerian Kelautan & Perikanan Republik Indonesia 12

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP)

Tingginya produksi ikan *cold storage* saat sudah musimnya tidak diimbangi dengan sistem saluran pemasaran yang ada. Pada saat produksi ikan *cold storage*

melimpah produsen tidak dapat berperan sebagai pembuat harga, melainkan harga ditentukan oleh pedagang. Panjang pendeknya saluran pemasaran menyebabkan selisih harga di tingkat produsen dan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Proses penyaluran ikan *cold storage* oleh produsen ikan *cold storage* disalurkan lebih dari satu saluran. Masalah pola saluran pemasaran bukan semata-mata terletak pada panjang pendeknya saluran pemasaran tetapi saluran mana yang memberikan tingkat efisiensi yang tertinggi. Keadaan tersebut yang seringkali mengakibatkan pemasaran ikan *cold storage* tidak efisien pada sentra industri ikan di muncar, banyak lembaga yang terlibat, akan tetapi lembaga yang lebih dominan adalah pedagang besar. Oleh sebab itu, perlu adanya pemasaran yang efisien yang mampu memberikan keuntungan yang adil bagi semua pihak, baik produsen maupun lembaga pemasaran ikan *cold storage*. Jika pemasaran dapat berjalan efisien sentra industri ikan di muncar dapat melakukan pengembangan terhadap usahanya.

Banyaknya tangkapan ikan khususnya ikan sarden atau lemuru di Muncar membuat industri berskala nasional membangun pabrik pengolahan ikan, terdapat kurang lebih 9 perusahaan pengolahan ikan berskala nasional di kecamatan muncar. Kecamatan Muncar merupakan bandar ikan laut terbesar kedua setelah Bagansiapiapi. Berdasarkan penghitungan unit pengolahan pelabuhan perikanan pantai (UP4) Kecamatan Muncar, setiap hari ikan yang dibongkar di Muncar minimal 61,22 ton dan sekitar 90% dipasok ke industri pengolahan ikan setempat. (kompas, Banyuwangi) Indonesia mengimpor ikan sarden dan makarel sekitar 40.000 ton, padahal kapasitas dari 28 pabrik dalam setahun bisa mengolah hingga 235.000 ton sarden dan makarel. Tingginya potensi perikanan di Kecamatan Muncar akan direncanakan menjadi kawasan minapolitan. Melimpahnya sumber daya alam ikan, memicu berdirinya industri perikanan, mulai dari produksi *cold storage*, pengasinan ikan, tepung ikan, pakan udang, sampai produksi pengalengan.

Tabel 1.1 Industri Pengolahan Ikan *cold storage* Yang Terdaftar di Muncar

No	Nama Industri	Jenis Usaha
1.	CV. Pasific Harvest	<i>Cold Storage & Pengalengan</i>
2.	UD. Selat Bali	<i>Cold Storage</i>
3.	UD. Kembar Jaya	<i>Cold Storage</i>
4.	UD. Semoga Sukses	<i>Cold Storage</i>
5.	Sinar Bahari	<i>Cold Storage</i>
6.	Caesar Devon	<i>Cold Storage</i>
7.	UD. Indra Lasmana	<i>Cold Storage</i>
8.	Sentra Industri Ikan	<i>Cold Storage</i>
9.	UD. Rahayu Jaya	<i>Cold Storage</i>

Sumber : Jawa Pos Radar Banyuwangi

Dengan banyaknya pabrik pengolahan ikan di Muncar menambah daya saing antar pabrik itu sendiri. Persaingan yang begitu ketat membuat penjual pasar entral perlu menyusun saluran pemasaran yang tepat. Para produsen ikan *cold storage* di Muncar itu dalam segi pemasarannya sangat menunjang potensi yang di inginkan oleh pembeli, dan juga banyaknya saluran pemasaran yang berkecimpung dalam distribusi proses pemasaran ikan. Jumlah saluran pemasaran yang dilewati oleh suatu komoditas dalam proses pemasaran mempengaruhi terhadap harga ikan karena adanya pengambilan keuntungan oleh setiap pelaku. Saluran pemasaran mencakup semua link dari titik produksi (proses penangkapan ikan) kepada pengguna akhir atau konsumen akhir. Olehkarena itu diperlukan adanya penelitian untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan memperbaiki lembaga pemasaran yang ada. *Coughlan et al.*, (2006) menjelaskan bahwasaluran yang tepat dapat dibangun dalam beberapa metode untuk membangun saluranpemasaran yang efektif dan efisien.

Untuk masalah diatas, maka dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kuantitatif merupakan metode perbandingan yang mampu menganalisa tingkat efisiensi dari beberapa saluran pemasaran yang digunakan, dengan menggunakan masing-masing input output yang dimiliki. Berdasarkan hal tersebut maka akan dapat diketahui saluran pemasaran mana yang seharusnya bisa lebih ditingkatkan efisiensi pemasarannya, dan cara atau langkah apa yang harus ditempuh. Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui faktor input output apa saja yang mempengaruhi efisiensi saluran pemasaran, evaluasi tingkat efisiensi dari saluran pemasaran selama ini, dan perencanaan strategi perbaikan guna menjadikan saluran pemasaran yang inefisien menjadi efisien dengan mengacu pada saluran pemasaran dan strategi pemasaran yang sudah efisien.

1.2 Rumusan Masalah

Efisiensi pemasaran dapat terjadi yaitu jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran menjadi lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, tersedia fasilitas fisik pemasaran, adanya kompetisi pasar yang sehat. Menurut Levens (2010) pelaku pemasaran perlu mempertimbangkan strategi pemasaran yang menggambarkan jenis saluran pemasaran dan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat, bagaimana manajemen saluran pemasarannya dan intensitas distribusi yang dilakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan dilatar belakang terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran. Jadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimanakah pola saluran pemasaran dan efisiensinya ikan *cold storage* sentra industri di Muncar ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, mengenai efisiensi saluran pemasaran ikan *cold storage* pada sentra industri di Muncar, yaitu :

Untuk mengetahui bagaimanakah pola saluran pemasaran dan efisiensinya ikan *cold storage* sentra industri di Muncar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat beberapa pihak-pihak yang berkepentingan diantaranya :

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat dijadikan tambahan informasi dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengolahan ikan *cold storage*.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana. Selain itu penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Pihak Lain

Untuk mengetahui efisiensi dan saluran pemasaran yang digunakan oleh sentra industri di Muncar, serta sebagai tambahan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai topik yang sama.

