

Marjin Pemasaran Ikan Patin (*Pangasius sp.*) di Pasar Jakabaring Kota Palembang

Marketing Margin of Patin Fish (*Pangasius sp.*) in the Jakabaring Market of Palembang City

Lia Perwita Sari^{1*}, Rih Laksmi Utpalasari¹

¹Universitas PGRI Palembang, Sumatera Selatan 30116

*Penulis untuk korespondensi: Lehakps@yahoo.co.id

Sitasi: Sari LP, Utpalasari RL. 2019. Marketing margin of patin fish (*Pangasius sp.*) in the Jakabaring market of Palembang City. *In: Herlinda S et al. (Eds.), Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal 2019, Palembang 4-5 September 2019. pp. 97-100. Palembang: Unsri Press.*

ABSTRACT

The potential of aquaculture in South Sumatra as a center for catfish production requires market information and market identification to find out where, how, when and to whom the product will be marketed. The purpose of this study was to determine the efficiency of marketing catfish in the city of Palembang based on marketing margins and the portion of prices received by producers (farmer's share). The research method uses the survey method. The research location was determined purposively, namely at the Jakabaring Market in Palembang. The withdrawal of research samples is done using the accidental sampling method. The taking of respondents through this method is collector traders, retailers I, retailers II and consumers of Patin fish buyers. The sample size of consumers in this study was set at 40 people, each of 10 respondents in each cluster. Data collected in the form of primary data and secondary data. Data were analyzed by descriptive qualitative and quantitative descriptive. The researcher used a qualitative method by analyzing the characteristics of each respondent and the pattern of marketing of catfish at the Jakabaring Market in Palembang. Quantitative analysis uses data obtained in the form of numbers, including marketing margins and farmer's shares. The results of the study state that the marketing margin and farmer's share, the most efficient pattern is the pattern of collecting traders - household consumers with a value of Rp 2,400 per kg and 87.64% respectively.

Keywords: farmer's share, market, sellers

ABSTRAK

Potensi perikanan budidaya di Sumatera Selatan sebagai sentra produksi ikan patin memerlukan informasi pasar dan identifikasi pasar untuk mengetahui kemana, bagaimana, kapan dan kepada siapa produk akan dipasarkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui efisiensi pemasaran ikan patin di Kota Palembang berdasarkan marjin pemasaran dan bagian harga yang diterima produsen (farmer's share). Metode penelitian menggunakan metode survei. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) yaitu di Pasar Jakabaring Palembang. Penarikan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode accidental sampling. Pengambilan responden melalui metode ini adalah pedagang pengumpul, pedagang pengecer I, pedagang pengecer II dan konsumen ibu rumahtangga pembeli ikan Patin yang dijumpai di lokasi penelitian untuk meminta pendapat mereka mengenai hal yang dibutuhkan untuk kelancaran penelitian ini. Besar sampel konsumen dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 40 orang, masing-masing 10 orang responden di setiap cluster. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Peneliti

menggunakan metode kualitatif yaitu dengan cara menganalisis karakteristik masing-masing responden dan pola pemasaran ikan patin di Pasar Jakabaring Palembang. Analisis kuantitatif menggunakan data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka, meliputi margin pemasaran dan farmer's share. Hasil penelitian menyatakan bahwa margin pemasaran dan farmer's share, pola yang paling efisien adalah pola pedagang pengumpul - konsumen rumah tangga dengan nilai masing masing Rp 2.400,00 per kg dan 87,64%.

Kata kunci: *farmer's share*, pasar, penjual

PENDAHULUAN

Konsumsi masyarakat Indonesia terhadap makanan berasal dari perairan darat maupun laut terus meningkat setiap tahunnya. Indeks konsumsi ikan di Sumatera Selatan, khususnya Palembang cukup tinggi, rata-rata konsumsi ikan per kapita pada tahun 2016 adalah 45,59 kg per tahun (Rmolsumsel, 2018). Peningkatan konsumsi ikan Patin dapat dilihat dari permintaan ikan Patin. Konsumsi dan permintaan ikan patin masih tinggi karena warga Palembang sangat menyukai olahan makanan pindang patin khas Palembang (Sumselnews, 2017). Pemasaran produk perikanan adalah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapatkan perhatian lebih karena pemasaran merupakan salah satu kunci dalam pengembangan usaha budidaya. Produk perikanan yang bersifat mudah rusak (*perisable*). Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui margin pemasaran yang digunakan dalam pemasaran ikan patin di Pasar Jakabaring Kota Palembang.

BAHAN DAN METODE

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Daerah penelitian pemasaran ikan Patin yaitu di Pasar Jakabaring Palembang dengan pertimbangan pasar ini merupakan pasar dengan jumlah pedagang terbanyak di Kota Palembang, sekitar 513 orang. Penelitian dilakukan melalui survey. Penarikan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling* (kebetulan). Responden yang diambil adalah pedagang pengumpul, pedagang pengecer I, pedagang pengecer II dan konsumen ibu rumah tangga pembeli ikan Patin yang dijumpai di lokasi penelitian. Besar sampel konsumen dalam penelitian ini ditetapkan 40 orang, masing-masing 10 orang responden di setiap cluster. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengamatan di lokasi penelitian serta wawancara kepada responden dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi terkait seperti Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sumatera Selatan, Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Selatan dan dari literatur serta sumber pendukung lainnya. Analisis kuantitatif menggunakan data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka, meliputi margin pemasaran dan *farmer's share*.

Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang yang dibayar kepada produsen dan harga yang dibayar konsumen (Saefudin dan Hanafiah, 1986). Perhitungan analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui perbedaan harga per satuan di tingkat produsen atau tingkat konsumen yang terjadi pada rantai pemasaran (Sudiyono 2001). Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M_i = P_{ki} - P_{pi} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana : M_i = Margin pemasaran pasar tingkat ke-i

P_{ki} = Harga beli konsumen tingkat ke-i

P_{pi} = Harga jual produsen ke-i

Analisis *Farmer's Share*

Analisis ini digunakan untuk membandingkan harga yang diterima produsen atau petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir yang biasa disebut dengan *farmer's share* (Limbong dan Sitorus, 1987). *Farmer's share* berhubungan negatif dengan margin pemasaran, semakin tinggi margin pemasaran maka bagian yang akan diperoleh produsen atau petani semakin rendah. Secara matematis, *farmer's share* dapat dirumuskan:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan :

F_s = Persentase yang diterima oleh petani (%)

P_f = Harga di tingkat petani (Rp)

P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku pemasaran yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan konsumen rumah tangga. Pedagang pengumpul membeli Ikan Patin dari pembudidaya dengan harga rata-rata Rp 15.600,00 kemudian menjual Ikan Patin ke konsumen rumahtangga dengan harga jual rata-rata Rp18.000,00 per kg (Tabel 1).

Tabel 1. Distribusi margin ikan patin

Lembaga Pemasaran	Rp/Kg
Pengumpul	
Harga beli	15.600,00
Harga jual	18.000,00
Biaya transportasi	97,92
Biaya kemasan	234,11
Biaya tenaga kerja	793
Biaya BBM dan Listrik	36
Biaya retribusi	161
Biaya Es	107
Total Biaya Pemasaran	1.810
Margin	2.400,00
Keuntungan	590,00
Rasio Keuntungan dan biaya (%)	32,59
Konsumen Rumahtangga	
Harga beli	18.000,00
Total margin	2.400,00
Total keuntungan	590,00
Farmer's share	87,64

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya transportasi, biaya kemasan, biaya tenaga kerja, biaya BBM dan listrik, biaya retribusi dan biaya es. Biaya transportasi yang dikeluarkan rata-rata sebesar Rp 97,92 per kg. Biaya kemasan sekitar Rp 234,11 per kg. Biaya tenaga kerja sebesar Rp 793 per kg. Biaya BBM dan listrik sekitar rata-rata Rp 36 per kg. Rata-rata biaya retribusi sekitar Rp 161 per kg dan biaya es rata-rata Rp 107 per kg sehingga total biaya pemasaran adalah Rp 1.810,00 per kg. Total margin pada keseluruhan di pola 1 sebesar Rp 2.400,00. Total keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul adalah Rp 590,00, sedangkan bagian yang diterima oleh pedagang pengumpul (*farmer's share*) pada pola 1 sebesar 87,64 %. Hal ini sesuai dengan teori,

bahwa ada hubungan terbalik antara farmer's share dan margin pemasaran. Produk perikanan dengan margin pemasaran yang rendah serta Farmer's share yang tinggi maka pemasaran akan semakin efisien (Hasanah, 2010). Makin pendek rantai pemasaran maka akan makin efisien.

KESIMPULAN

Berdasarkan margin pemasaran dan *farmer's share*, pola yang paling efisien adalah saluran pedagang pengumpul ke konsumen rumah tangga dengan nilai masing masing Rp 2.400,00 per kg dan 87,64%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kemeristekdikti Republik Indonesia, LLDikti Wilayah II, Universitas PGRI Palembang, Koperasi Serba Usaha Tunas Baru dan para responden yang telah memberikan kesempatan dan banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanah RN. 2010. Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah (*Oreochromis Sp*) Di Kabupaten Sukoharjo [Skripsi]. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Limbong WH, Sitorus P. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Rmolsumsel. 2018. Angka Konsumsi Ikan di Palembang Tinggi, Kementrian Beri Bantuan Pasar Ikan Modern. <http://www.rmolsmsel.com/read/2018/04/12/91804/Angka-Konsumsi-Ikan-di-Palembang-Tinggi,-Kementrian-Beri-Bantuan-Pasar-Ikan-Modern->. [Diakses tanggal 14 April 2018].
- Saefudin AM, Hanafiah AM. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta : UI. Press.
- Sumselnews. 2017. Ikan Patin di Palembang Bukan Ikan Impor. <http://sumselnews.com/2017/10/ikan-patin-di-palembang-bukan-ikan-por/>. [Diakses tanggal 14 April].