

RINGKASAN

REZA YUSRACHMAN (9909306.17a). Kajian Sistem Pemasaran Di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Muara Angke. (Dibawah bimbingan **UJANG SUMARWAN** dan **ARIF IMAM SUROSO**).

Pemasaran ikan di tingkat produsen (nelayan) merupakan subsistem agribisnis yang cukup penting keberadaannya, karena subsistem ini menentukan besarnya nilai hasil tangkapan yang diterima nelayan sekaligus menentukan tingkat kemampuan pembeli untuk membayar. Pemerintah Indonesia memiliki perhatian khusus terhadap pemasaran ikan ditingkat nelayan ini. Salah satu program pemerintah untuk mengembangkan subsistem pemasaran hasil perikanan laut adalah pembangunan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI). Pembangunan sarana dan prasarana PPI dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat nelayan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku pasar dan keragaan pasar komoditi ikan segar di PPI Muara Angke, menganalisis keterpaduan pasar antara PPI Muara Angke dengan pasar Bogor dan menganalisis sistem pemasaran dan efisiensinya pada komoditi ikan laut segar di PPI Muara Angke.

Penelitian ini dilakukan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Muara Angke, Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner dengan responden nelayan, pedagang grosir, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisis yang dilakukan adalah Analisis struktur pasar, analisis perilaku pasar, analisis keragaan pasar dan analisis keterpaduan pasar. Analisis ini digunakan untuk melihat efisiensi pemasaran di PPI Muara Angke.

Berdasarkan hasil penelitian konsentrasi rasio di PPI Muara Angke, pembelian di tingkat produsen dikuasai oleh 5 pedagang terbesar (45%) dan 10 pedagang terbesar (75%). Dari hasil diatas bahwa konsentrasi rasio yang terjadi pada masing masing pengelompokkan pedagang terbesar cukup tinggi. Adanya konsentrasi rasio yang demikian ini menunjukkan bahwa jumlah pedagang sebagai pembeli yang dihadapi oleh produsen tidak banyak. Pedagang-pedagang inilah yang dapat menguasai pasar. Pola saluran yang ada di PPI Muara Angke adalah sebagai berikut :nelayan/produsen →TPI → Pengolah (ikan asin), Nelayan → TPI → Eksportir, Nelayan → TPI → Grosir → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer dan Nelayan → TPI → Pedagang Pengecer → konsumen. Dalam kebebasan keluar masuk pasar tidak mudah pedagang baru untuk memasuki pasar karena dalam fungsi jual beli terdapat saling kepercayaan yang sangat besar antara pedagang yang satu dengan yang lainnya, selain itu sulitnya bersaing dalam mencari relasi hubungan antara sesama pedagang yang juga harus didukung dengan modal yang cukup besar. Dari hasil analisis struktur pasar, struktur pasar yang terdapat di PPI Muara Angke merupakan pasar bersaing tidak sempurna atau oligopsoni. Merupakan pola tingkah laku dari lembaga-lembaga pemasaran dalam struktur pasar tertentu yang meliputi kegiatan penjualan, pembelian, penentuan harga dan kerjasama antara lembaga pemasaran.

Dari hasil analisis perilaku pasar yang dilihat dari penentuan harga dan stabilitas harga Dengan adanya struktur pasar persaingan tidak sempurna (oligopsoni) membuat nelayan berada pada posisi yang lemah dalam menentukan harga. Disamping itu pada umumnya pedagang memiliki informasi



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Perikanan Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



harga yang lebih akurat dan cepat mengingat operasi para pedagang yang sangat luas, sehingga informasi harga diketahui dengan segera. Dalam pemberian pinjaman modal antara pedagang besar (grosir) kepada pedagang pengecer (PPI Muara Angke) adalah salah satu cara yang dijalankan pedagang grosir untuk menjaga stabilitas pasar, baik dari segi harga maupun kesinambungan barang dagangan. Praktek – praktek dalam menjalankan fungsi pemasaran adalah untuk melihat siasat yang dilakukan lembaga pemasaran untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya. Praktek tidak jujur yang dilakukan para pedagang (bakul) adalah dalam hal kerja sama antara pedagang (bakul bermodal kuat dengan bakul bermodal kecil). Dengan adanya kerja sama ini dapat mempengaruhi dan mengatur harga yang berlaku pada saat pelelangan sehingga dapat memperkecil pendapatan nelayan.

Struktur dan perilaku pasar menentukan keragaan pasar . Keragaan pasar ini dapat diukur melalui margin pemasaran, farmer's share dan keterpaduan pasar. Dari perhitungan margin pemasaran ternyata penyebaran margin pemasaran tiap tingkat lembaga pemasaran tidak merata,. Pada komoditi ikan tongkol Margin pemasaran pada saat penelitian dari produsen ke pedagang grosir sebesar 12,5%. Bila dibandingkan dengan margin pemasaran yang ditetapkan pihak Dinas Perikanan DKI Jakarta sebesar 10,5%, maka hasil yang didapat masih cukup tinggi dari persentase yang diharapkan. Penyebab ketidakefisienan ini adalah terlalu besarnya keuntungan yang diambil oleh pedagang grosir. Sehingga dapat diindikasikan nelayan ditekan pedagang grosir pada saat pelelangan untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya. Pada pedagang pengumpul margin pemasaran pada saat penelitian didapat sebesar 20,8% dan margin pemasaran yang telah ditetapkan pihak Dinas Perikanan DKI Jakarta adalah sebesar 10,5%. Hasil yang didapat masih cukup jauh dari persentase yang diharapkan. Ketidakefisienan ini disebabkan tingginya biaya transportasi dan tenaga kerja. Untuk pedagang pengecer pada saat penelitian berlangsung di dapat margin pemasaran sebesar 12,5% dan masih cukup tinggi dari margin pemasaran yang telah ditetapkan pihak Dinas Perikanan DKI Jakarta sebesar 10,5%. Ketidakefisienan ini disebabkan terlalu besarnya keuntungan yang diambil pedagang pengecer.

Pada komoditi ikan kembung margin pemasaran pada saat penelitian dari produsen ke pedagang grosir sebesar 12,5%. Bila dibandingkan dengan margin pemasaran yang ditetapkan pihak Dinas Perikanan DKI Jakarta sebesar 10%, maka hasil yang didapat masih cukup tinggi dari persentase yang diharapkan. Penyebab ketidakefisienan ini adalah terlalu besarnya keuntungan yang diambil oleh pedagang grosir. Sehingga dapat di indikasikan nelayan ditekan pedagang grosir pada saat pelelangan untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya. Pada pedagang pengumpul margin pemasaran pada saat penelitian didapat sebesar 20,8% dan margin pemasaran yang telah ditetapkan pihak Dinas Perikanan DKI Jakarta adalah sebesar 10%. Hasil yang didapat masih cukup jauh dari persentase yang diharapkan. Ketidakefisienan ini disebabkan tingginya biaya transportasi dan tenaga kerja. Untuk pedagang pengecer pada saat penelitian berlangsung di dapat margin pemasaran sebesar 16,7% dan masih cukup tinggi dari margin pemasaran yang telah ditetapkan pihak Dinas Perikanan DKI Jakarta sebesar 10%. Ketidakefisienan ini disebabkan terlalu besarnya keuntungan yang diambil pedagang pengecer.

Persentase harga yang dibayarkan konsumen dan nelayan atau dapat disebut juga farmer's share pada saat penelitian untuk komoditi ikan tongkol sebesar 54,2% dan untuk ikan kembung sebesar 50%. Persentase tersebut masih cukup jauh dari persentase yang ditetapkan oleh pihak Dinas Perikanan

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



DKI Jakarta, yaitu sebesar 70% untuk ikan tongkol dan 68,2% untuk ikan kembung. Dari hasil farmer's share ini belum merupakan penerimaan bersih yang didapat nelayan karena masih perlu memperhitungkan segala ongkos-ongkos dan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh nelayan.

Dari hasil margin pemasaran dapat dikatakan bahwa sistem pemasaran ikan segar di PPI Muara Angke secara operasional belum efisien. Hal ini dikarenakan konsumen di PPI Muara Angke umumnya dari golongan menengah ke atas dari segi kemampuan ekonomi pembeli, sehingga menjadi peluang bagi pedagang di PPI Muara Angke untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar, karena harga ikan yang relatif mahal tidak menjadi masalah bagi konsumen golongan ini sehingga pedagang di PPI Muara Angke merasa harga jual yang ditetapkan tetap terjangkau oleh konsumen (pembeli).

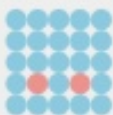
Dari perhitungan model keterpaduan pasar diperoleh bahwa nilai b_2 yang dihasilkan adalah sebesar 0,449 untuk ikan tongkol dan sebesar 0,372 untuk ikan kembung. Dimana pasar terpadu apabila nilai koefisien b_2 bernilai 1. Hasil ini menunjukkan tidak terdapat keterpaduan jangka pendek antara kedua pasar. Nilai tersebut berarti, setiap peningkatan perubahan harga pada bulan lalu di pasar konsumen (pasar Bogor) sebesar 1000 rupiah per kilogram hanya akan meningkatkan harga di PPI Muara Angke sebesar 449 rupiah per kilogram untuk ikan tongkol dan 372 rupiah untuk ikan kembung. Nilai ini menunjukkan tidak terdapatnya pergerakan harga yang relatif sempurna antara kedua pasar berdasarkan waktu. Hal ini disebabkan kurangnya informasi pasar dan adanya dominasi pedagang grosir di PPI Muara Angke yang merasa lebih berhak menilai harga ikan dibandingkan produsen (nelayan). Kekuatan pedagang grosir adalah informasi pasar yang dimilikinya. Pedagang grosir di PPI muara Angke ini sering memanipulasi kondisi pasar yang sebenarnya, bahwa hanya pedaganglah yang tahu bagaimana ikan itu akan diperdagangkan dan berapa harga ikan yang akan terjadi.

Untuk nilai indeks keterpaduan pasar (IMC) yang dihasilkan adalah 0,606 untuk ikan kembung dan 3,52 untuk ikan tongkol. Dimana pasar terpadu untuk jangka panjang apabila nilai $IMC = 0$. Hal ini menunjukkan kurang terdapatnya keterpaduan antara dua pasar dalam jangka panjang. Perubahan harga di pasar Bogor tidak cukup berpengaruh dalam pembentukan harga di PPI Muara Angke. Hal ini menunjukkan tidak terdapatnya keterpaduan antara kedua pasar dalam jangka panjang. Hal ini disebabkan Kekuatan permintaan di pasar produsen (PPI Muara Angke) lebih besar daripada permintaan di pasar Bogor. Sehingga berpengaruh dalam pembentukan harga pada pasar produsen (PPI Muara Angke) itu sendiri.

Bertitik tolak dari hasil penelitian diatas alternatif solusi perbaikan difokuskan untuk memperbaiki sistem pemasaran yang telah berjalan dengan didasarkan pada hasil analisis struktur pasar, perilaku pasar, keragaan pasar dan keterpaduan pasar. Berdasarkan uraian diatas alternatif solusi perbaikan sistem pemasaran di PPI Muara Angke adalah sebagai berikut. Layanan informasi pasar dan berita pasar. Data informasi pasar yang transparan dan berkesinambungan dapat berperan menunjang dalam perumusan pengambilan keputusan menentukan jenis, volume dan kualitas ikan untuk periode tertentu. Karena sangat berguna bagi nelayan dan pedagang ikan. Membatasi jumlah pembelian dalam setiap pelelangan, yang bertujuan membatasi tingkat konsentrasi pembeli dan mencegah timbulnya persaingan yang tidak sehat. Menertibkan dan menata kembali pedagang – pedagang di lingkungan PPI Muara Angke, agar terjadi persaingan yang sehat dan wajar. Pihak Dinas Perikanan DKI Jakarta bekerja sama dengan Dinas Pengelolaan Pasar yang ada di wilayah Jabotabek dalam

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



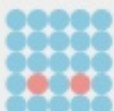
hal penyebaran informasi harga ikan dan pendistribusian ikan dengan memanfaatkan bis atau truk antar pasar.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan upaya-upaya yang kuat dan terintegrasi oleh nelayan, pedagang, Dinas Perikanan DKI Jakarta dan pihak UPT PKPI Muara Angke untuk meningkatkan efisiensi sistem pemasaran hasil perikanan laut di pangkalan pendaratan ikan (PPI) Muara Angke. Upaya-upaya itu Perlu adanya penelitian lebih lanjut khususnya mengenai pemanfaatan PPI oleh nelayan, sehingga dapat diketahui manfaat dan hasil yang telah dicapai oleh pihak UPT PKPI Muara Angke dan Dinas Perikanan DKI Jakarta, dalam tujuannya memberikan pelayanan kepada masyarakat nelayan dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan nelayan.

Kata Kunci : Ikan kembung, ikan tongkol, PPI Muara Angke, Efisiensi Pemasaran, struktur pasar, perilaku pasar, keragaan pasar, oligopsoni, margin pemasaran, farmer's share, keterpaduan pasar, lembaga pemasaran, nelayan, pedagang grosir, pedagang pengumpul, pedagang pengecer.

© Hak Cipta Milik IPB

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Perikanan Bogor
MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.