

ANALISIS RANTAI NILAI PADA USAHA PERIKANAN TANGKAP CUMI-CUMI DI DESA BULUTUI KECAMATAN LIKUPANG BARAT KABUPATEN MINAHASA UTARA

Miracle C.B. Daud¹; Steelma V. Rantung²; Djuwita R.R. Aling²

¹Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado

²Staff Pengajar Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado

Koresponden email: miraclaudkevin@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the marketing chain in the squid capture fisheries business, look at marketing margins and analyze the value chain in the squid capture fisheries business in Bulutui Village, West Likupang District, North Minahasa Regency. The basic research used is a case study. This research will look at a case regarding the value chain of squid capture fisheries in Bulutui Village, West Likupang District, North Minahasa Regency. The respondents in this study consisted of fishing fishermen, collectors, retailers and consumers (restaurants). Each population was sampled using the Purposive Sampling method, the total population of squid catch fishermen was 20 people. Purposive sampling is a technique for taking samples not based on random, regional or strata, but based on the existence of considerations that focus on specific objectives (Arikunto 2006). research in Bulutui Village, West Likupang Subdistrict, North Minahasa Regency, there are 2 squid marketing chains, namely from capture fishermen, collectors, retailers, consumers. and the second chain is from fishermen, traders and directly to consumers. The added value obtained in the first channel is Rp. 46,572 and the second channel Rp. 39,374. The marketing margin on the first channel is greater than the second margin, the marketing margin on channel one is Rp.18,000 and the marketing margin on the second channel is Rp.10,000

Keywords: Bulutui Village, Squid, value chain

Abstrak

Tujuan Penelitian ini mengetahui rantai pemasaran pada usaha perikanan tangkap cumi-cumi, melihat Margin pemasaran dan menganalisis rantai nilai pada usaha perikanan tangkap Cumi-Cumi di Desa Bulutui Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. Dasar penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini akan dilihat kasus mengenai rantai nilai usaha perikanan tangkap cumi-cumi di Desa Bulutui Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. Reponden dalam penelitian ini terdiri atas nelayan penangkap, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen (Restoran). Tiap-tiap populasi diambil sampel dengan menggunakan metode Purposive Sampling, jumlah populasi nelayan penangkap cumi-cumi adalah sebanyak 20 orang. Purposive sampling adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto 2006). penelitian di Desa Bulutui kecamatan Likupang Barat kabupaten Minahasa Utara terdapat 2 rantai pemasaran cumi-cumi yaitu dari nelayan penangkap, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. dan rantai yang kedua yaitu dari nelayan, pedagang pengumpul dan langsung ke konsumen. Nilai tambah yang diperoleh pada saluran yang pertama sebesar Rp. 46.572 dan saluran yang kedua sebesar Rp. 39.374. Margin pemasaran pada saluran yang pertama lebih besar dari margin yang kedua, marjin pemasaran pada saluran satu yaitu sebesar Rp.18.000 dan marjin pemasaran yang ada pada saluran ke dua sebesar Rp.10.000

Kata Kunci : Desa Bulutui, Cumi-Cumi, rantai nilai

PENDAHULUAN

Pembangunan sub sektor perikanan dan kelautan di Sulawesi Utara hingga saat ini telah memperlihatkan kemajuan yang relatif berarti usaha perikanan tangkap menjadi tumpuan dari sebagian besar komunitas nelayan yang menempati di wilayah pesisir Sulawesi Utara. Usaha perikanan tangkap ini dikembangkan dari usaha yang sifatnya tradisional menjadi usaha yang profesional sehingga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan hidup nelayan serta memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengisi kas daerah. Salah satu hasil perikanan tangkap adalah cumi-cumi.

Cumi-cumi adalah salah satu hasil perikanan yang mengisi perdagangan internasional disamping ikan dan udang. cumi-cumi merupakan hasil tangkapan yang banyak terdapat di Perairan Indonesia (KKP 2014). Cumi-cumi merupakan komoditas

unggul dan memiliki nilai ekonomis tinggi karena rasa daging yang enak dan diminati oleh banyak orang. (Prima dan Puspasari, 2011)

Menurut Raras (2009), rantai nilai merupakan aktifitas yang berawal dari bahan mentah sampai pada penanganan purna jual yang melibatkan pelaku usaha terkait pada setiap mata rantai dalam pemasaran produknya. Rantai nilai memberikan wahana mengidentifikasi cara untuk menciptakan produk melalui pengembangan nilai dan pembagian peran kepada setiap pelaku pada setiap mata rantai. Rantai nilai juga digambarkan sebagai serangkain aktifitas yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa mulai dari konsep, melalui berbagai fase produksi (kombinasi dari transformasi fisik dan penambahan input yang melibatkan banyak penyedia jasa) dan pendistribusian ke konsumen akhir, hingga proses penanganan limbah produk setelah selesai digunakan. Rantai nilai merupakan suatu cara pandang dimana bisnis dilihat sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber dasar: aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk, dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan (Pearce dan Robinson, 2008).

Kondisi usaha perikanan tangkap cumi-cumi di Desa Bulutui Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara sampai sekarang belum diketahui rantai nilainya sehingga dalam penelitian ini penulis ingin membahas rantai nilai pemasaran mulai dari nelayan, pengumpul, pengecer, sampai dengan pemasaran kepada konsumen akhir.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan dasar penelitian Studi Kasus. Daniel (2003), menyatakan bahwa Studi Kasus adalah penyelidikan intensif tentang seseorang/individu atau dapat juga digunakan untuk menyelidiki suatu unit sosial. Penelitian ini akan dilihat kasus mengenai rantai nilai usaha perikanan tangkap cumi-cumi di Desa Bulutui Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. Responden dalam penelitian ini terdiri atas nelayan penangkap, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen (Restoran). Tiap-tiap populasi diambil sampel dengan menggunakan metode Purposive Sampling, jumlah populasi nelayan penangkap cumi-cumi adalah sebanyak 20 orang. Purposive sampling adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto 2006). Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling yaitu berdasarkan lama usaha lebih dari 10 tahun dan kepemilikan alat tangkap sendiri.

Menurut Kuncoro (2003), sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data empiris yang diperoleh langsung dilokasi survey/penelitian. Data sekunder diperoleh dari data yang berasal dari dokumen yang sudah tersedia. Untuk mengumpulkan data menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, pengisian kuisioner, dan pengambilan dokumentasi baik tertulis maupun foto atau video.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka, data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus atau observasi. Sedangkan analisis deskriptif kuantitatif adalah data yang

berbentuk angka atau bilangan, sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan statistika dan matematika. Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari sebuah objek (Salim A, 2006).

Analisis rantai nilai adalah melakukan pengkajian tentang nilai-nilai yang ada di tiap simpul saluran pemasaran dengan menghitung nilai tambah (Value Added) serta margin pemasaran.

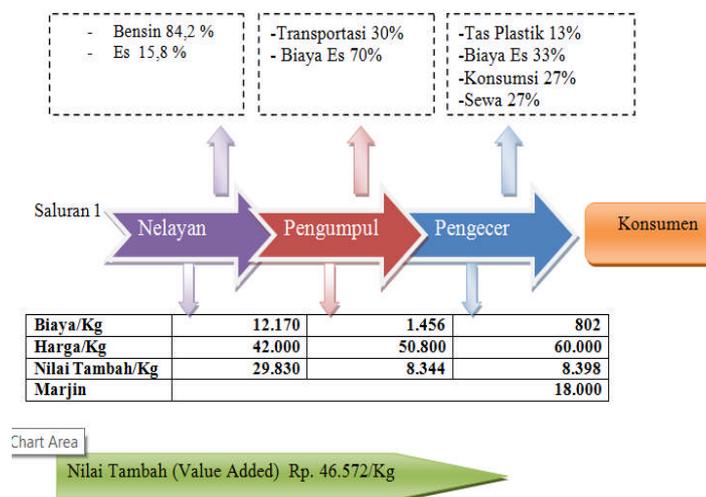
HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Usaha Perikanan Tangkap Cumi-Cumi

Nelayan dengan hasil tangkapan cumi-cumi yang ada di Desa Bulutui adalah nelayan yang umumnya menggunakan alat tangkap Udang atau biasa di sebut *Gara-Gara Suntung*, yang bentuknya menyerupai seekor udang dan dibawahnya terdapat kail. Operasi penangkapan cumi-cumi biasanya dilakukan pada malam hari dan lebih sering melakukan penangkapan pada waktu bulan terang, ini karena penangkapan cumi-cumi lebih efektif dan efisien dan kembali ke darat pada waktu subuh. Dalam operasi penangkapan jarak yang ditempuh oleh nelayan tidak terlalu jauh dari Desa Bulutui dengan menggunakan perahu bermesin ketinting 5 Pk ditempuh selama 30 menit. Penangkapan dilakukan setiap hari kecuali hari Jumat.

Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis)

Saluran 1 : Nelayan-Pedagang Pengumpul-Pedagang Pengecer-Konsumen



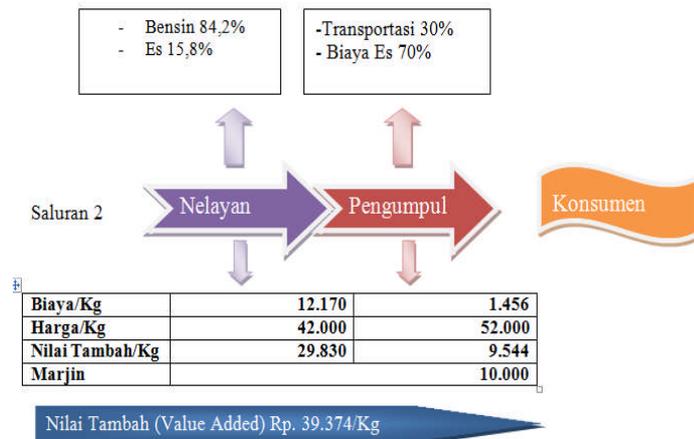
Gambar 1. Analisis Rantai Nilai dari nelayan ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer

Pada gambar 1 menjelaskan bahwa analisis rantai nilai pada saluran pemasaran 1 yaitu dari nelayan ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer. Nelayan cumi-cumi menghabiskan biaya rata-rata per trip untuk mencari cumi-cumi sampai menjual ke pedagang pengumpul sebesar Rp.12.170 biaya tersebut hanya biaya untuk membeli minyak bensin.

Nelayan menjual cumi-cumi ke pedagang pengumpul yaitu membawa langsung ke tempat pedagang pengumpul dan di timbang dalam ukuran kilogram (Kg) harga rata-rata cumi-cumi per kg sebesar Rp.42.000. pedagang pengumpul menggunakan biaya

operasional berupa transportasi dan es dengan rata-rata sebesar Rp.1.456 yaitu dengan biaya transportasi 30% dan biaya es 70%. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu biaya pembelian tas plastik untuk menyimpan cumi-cumi apabila ada konsumen yang membeli cumi-cumi, biaya konsumsi, biaya es dan biaya retribusi dengan biaya rata-rata Rp.802 per Kg, dengan harga jual rata-rata adalah Rp. 60.000. Hasil analisis rantai nilai diperoleh margin pemasaran pada saluran 1 yaitu selisih harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen, yaitu Rp.60.000 – Rp. 42.000 = Rp. 18.000 dan nilai tambah diperoleh dari selisih harga jual dikurangi harga beli dan di kurangi biaya yang dikeluarkan semuanya dihitung per Kg. Pada saluran pemasaran 1 diperoleh nilai tambah sebesar Rp.29.830 + Rp.8.344 + Rp.8.398 = Rp.46.572/Kg

Saluran 2 : Nelayan - Pedagang pengumpul - Konsumen



Gambar 2. Analisis Rantai Nilai dari nelayan pedagang pengumpul ke konsumen

Gambar 2 menjelaskan bahwa rantai nilai dari pemasaran cumi-cumi dari nelayan, pedagang pengumpul sampai ke konsumen akhir, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh nelayan sama sebesar Rp.12.170 dan harga jual ke pengumpul sebesar Rp.42.000. dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp. 1.456 dan harga jual ke konsumen akhir rata-rata sebesar Rp.52.000/kg. Margin pemasaran sebesar Rp.10.000 dan nilai tambah diperoleh sebesar Rp.39.374,- dimana biaya per Kg – harga per kg yang merupakan nilai tambah. Biaya Rantai pemasaran ini merupakan rantai pemasaran dari pedagang pengumpul ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, di Desa Bulutui Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara terdapat 2 jenis saluran pemasaran usaha perikanan tangkap cumi-cumi. Kedua saluran tersebut, mulai dari nelayan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Rantai pemasaran yang pertama menunjukkan nilai tambah terbesar dari saluran dua. Saluran yang ke dua yaitu merupakan saluran terpendek dimana hanya melibatkan nelayan dan pedagang pengumpul. sebaliknya pada rantai pemasaran yang pertama yaitu melibatkan lebih banyak pelaku usaha yaitu nelayan, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Hasil analisis rantai nilai diperoleh margin pemasaran pada saluran satu yaitu selisih harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar konsumen, yaitu Rp.60.000 – Rp.42.000 = Rp. 18.000. dan pada saluran ke dua, margin pemasaran dari nelayan sampai kepada konsumen sebesar Rp.10.000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Di Desa Bulutui kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara terdapat 2 rantai pemasaran cumi-cumi yaitu dari nelayan penangkap, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. dan rantai yang kedua yaitu dari nelayan, pedagang pengumpul dan langsung ke konsumen.
2. Margin pemasaran pada saluran yang pertama lebih besar dari margin yang kedua, marjin pemasaran pada saluran satu yaitu sebesar Rp.18.000 dan marjin pemasaran yang ada pada saluran ke dua sebesar Rp.10.000. diamana harga yang diterima produsen lebih besar dari uang yang dibayarkan konsumen.
3. Rantai nilai usaha perikanan tangkap cumi-cumi yang ada di Desa Bulutui yang dilihat dari kedua saluran pemasaran yang diperoleh nilai tambah pada saluran pemasaran yang pertama adalah sebesar Rp.46.572/Kg dan nilai tambah pada saluran yang ke dua yaitu sebesar Rp.39.374/Kg.

Saran

Semakin pendek rantai pemasaran semakin baik mengingat sifat cumi-cumi yang mudah rusak sehingga disarankan agar ada juga saluran pemasaran langung dari nelayan ke konsumen.

Daftar Pustaka

- Arikunto,S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,Jakarta: Rineka Cipta.
- Atkinson, A.A., et. Al. 2001. *Management Accounting* 3rd edition, prentice-Hall,Inc.https://repository.maranatha.edu/5877/9/0351122_references.
- Bawinto, O. Y., Suhaeni, S., Wagiu, M. 2016. *Sistem Pemasaran Ikan Cakalang Fufu di Kelurahan Sindulang Satu Kota Manado*. *Akulturasi (Jurnal Agrobisnis Perikanan)*. UNSRAT.
- Bouchet., 2014 . *Deskripsi, Klasifikasi dan Morofologi Cumi-Cumi (Loligo sp.)* <https://go-perikanan.blogspot.com/2017/04/deskripsi-klasifikasi-dan-morofologi.html>. Di akses tanggal 6 September 2019, jam 11.50 Wita.
- Daniel, Moehar. 2003. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- David, 2009. *Manajemen Strategis*, Salemba Empat Jakarta
- Sugiyono, 1994. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta. Erlangga. Jakarta
- Kuncoro Mudrajad, 2003. *Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Kebijakan*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan pencetak (UPP)
- Mardina, 2018. *Apa yang Dimaksud dengan Perikanan Tangkap*. <https://www.dictio.id/apa-yang-dimaksud-dengan-perikanan-tangkap/75648>. Diakses tanggal 3 September 2019. Jam 12.12 Wita.
- Moleong L.J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*.Bandung, Edisi Revisi, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, B. 2017. *Value Chain Analysis (VCA) pada pusat dokumentasi dan informasi Ilmiah- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia*.
- Pearce dan Robinson, (2008) dalam Wibowo A.P (2014). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Komoditas Ikan Bandeng Di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati*. Di akses tanggal 6 September 2019, jam 11.45 Wita.
- Prima, A.P dan R. Puspasari. 2011. *Model Produksi dan Laju Tangkap Kapal Bouke Ami yang Berbasis di PPN Kejawan, Cirebon Jawa Barat*.Pusat Penelitian Pengelolaan dan Konservasi Sumber Daya Ikan. Jakarta
- Raras, A. TS. 2009. *Menjadi Manager Sukses, Melalui Empat Aspek Perusahaan*. Alfabeta, Bandung
- Salim, A. 2006, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana

- Subani, W. dan H.R. Barus, 1989. Alat Penangkapan Ikan dan Udang Laut di Indonesia. Jurnal Penelitian Perikanan Laut No. 50. Jakarta. BPPL-BPPP. Departemen Pertanian.
- Supardi. M. D. 2006. Metode Penelitian. Mataram: Yayasan Cerdas Press.
- Umar, H. 2000, Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Walgito, B. 2010. Bimbingan dan Konseling (Studi & Karir). Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Wibowo, P. A. 2014. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Komoditas Ikan Bandeng Di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta.
- Atkinson, A.A., et. Al. 2001. Management Accounting 3rd edition, prentice-Hall, Inc. https://repository.maranatha.edu/5877/9/0351122_references.
- Bawinto, O. Y., Suhaeni, S., Wagiu, M. 2016. Sistem Pemasaran Ikan Cakalang Fufu di Kelurahan Sindulang Satu Kota Manado. Akulturasi (Jurnal Agrobisnis Perikanan). UNSRAT.
- Bouchet., 2014 . Deskripsi, Klasifikasi dan Morfologi Cumi-Cumi (*Loligo sp.*) <https://go-perikanan.blogspot.com/2017/04/deskripsi-klasifikasi-dan-morfologi.html>. Di akses tanggal 6 September 2019, jam 11.50 Wita.
- Daniel, Moehar. 2003. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Jakarta: Bumi Aksara.
- David, 2009. Manajemen Strategis, Salemba Empat Jakarta
- Sugiyono, 1994. Metode Penelitian Administrasi. Alfabeta. Bandung
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta. Erlangga. Jakarta
- Kuncoro Mudrajad, 2003. Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Kebijakan. Yogyakarta: Unit Penerbit dan pencetak (UPP)
- Mardina, 2018. Apa yang Dimaksud dengan Perikanan Tangkap. <https://www.diction.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-perikanan-tangkap/75648>. Diakses tanggal 3 September 2019. Jam 12.12 Wita.
- Moleong L.J. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung, Edisi Revisi, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, B. 2017. Value Chain Analysis (VCA) pada pusat dokumentasi dan informasi Ilmiah- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Pearce dan Robinson, (2008) dalam Wibowo A.P (2014). Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Komoditas Ikan Bandeng Di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati. Di akses tanggal 6 September 2019, jam 11.45 Wita.
- Prima, A.P dan R. Puspasari. 2011. Model Produksi dan Laju Tangkap Kapal Bouke Ami yang Berbasis di PPN Kejawan, Cirebon Jawa Barat. Pusat Penelitian Pengelolaan dan Konservasi Sumber Daya Ikan. Jakarta.
- Raras, A. TS. 2009. Menjadi Manager Sukses, Melalui Empat Aspek Perusahaan. Alfabeta, Bandung
- Salim, A. 2006, Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Subani, W. dan H.R. Barus, 1989. Alat Penangkapan Ikan dan Udang Laut di Indonesia. Jurnal Penelitian Perikanan Laut No. 50. Jakarta. BPPL-BPPP. Departemen Pertanian.
- Supardi. M. D. 2006. Metode Penelitian. Mataram: Yayasan Cerdas Press.
- Umar, H. 2000, Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Walgito, B. 2010. Bimbingan dan Konseling (Studi & Karir). Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Wibowo, P. A. 2014. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Komoditas Ikan Bandeng Di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.