

Analisis Rantai Pemasaran Pada Usaha Pancing Tonda di Desa Jiko Kecamatan Motongkad Kabupaten Bolaang Mongondow Timur

Jovani Y. Sarendeng¹; Steelma V. Rantung²; Jeannette F. Pangemanan²; Christian R. Dien²; Olvie V. Kotambunan²; Swenekhe S. Durand²;

¹Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado, Indonesia

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

Koresponden email: steelmarantung@unsrat.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine how many marketing channels and marketing margins of the catch of the Trolling Trolling business in Jiko Village. The method used in this study is the survey method. The survey method is a critical observation or investigation to obtain good information on a particular problem in a particular area or location that is patterned to obtain the required information. The data collected consists of primary data and secondary data. The collection of primary data in this study was carried out through direct observation and interviews by researchers in the field guided by a questionnaire. Secondary data was obtained from existing sources such as the village office and so on. There are 3 marketing channels for the Trolling Trolling business in Jiko Village, namely: Channel I (fishermen to retailers); Channel II (fishermen - collectors - companies); and Channel III (fishermen - collectors - smoked fish processors). Calculation of marketing margin, fisherman share and efficiency level in existing marketing channels, marketing channel I total margin of Rp10,000/kg, fisherman share 75% and marketing efficiency level of 2.81%, then marketing channel II total margin, Rp25,000 fisherman share 68.18% and marketing efficiency level of 2.27% then marketing channel III, total marketing margin of Rp15,000/kg fisherman share 60%, marketing efficiency level of 4.5%. Marketing pattern of channel I is classified as efficient because the margin is the smallest, fisherman share is the largest and marketing efficiency level is <5% compared to marketing channel patterns II and III besides that marketing channel pattern I is the shortest marketing channel.

Keywords: analysis; marketing chain; trolling rod

Abstrak

Tujuan penelitian ini ialah mengetahui berapa banyak saluran pemasaran dan margin pemasaran hasil tangkapan usaha Pancing Tonda di Desa Jiko. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah suatu pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu yang dipolakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara secara langsung oleh peneliti di lapangan yang dipandu dengan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari sumber yang telah ada seperti di kantor desa dan sebagainya. Ada 3 saluran pemasaran usaha Pancing Tonda di Desa Jiko, yaitu: Saluran I (nelayan ke pedagang pengecer); Saluran II (nelayan – pedagang pengumpul – perusahaan); dan Saluran III (nelayan – pedagang pengumpul – pengolah ikan asap). Penghitungan margin pemasaran, fisherman share dan tingkat efisiensi pada saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran I jumlah margin Rp10.000/kg, fisherman share 75% serta tingkat efisiensi pemasaran 2,81%, selanjutnya saluran pemasaran II jumlah margin, Rp 25.000 fisherman share 68,18% dan tingkat efisiensi pemasaran 2,27% kemudian saluran pemasaran III, jumlah margin pemasaran Rp 15.000/kg fisherman share 60%, tingkat efisiensi pemasaran 4,5%. Pola pemasaran saluran I tergolong efisien karena margin paling kecil, fisherman share paling besar serta tingkat efisiensi pemasaran <5% dibandingkan dengan pola saluran pemasaran II dan III disamping itu pola saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling pendek.

Kata Kunci: analisis, rantai pemasaran, pancing tonda

Pendahuluan

Indonesia secara klimatologis dan geografis merupakan wilayah potensial dengan berbagai macam kekayaan sumber daya alam yang berlimpah. Secara klimatologis, Indonesia memiliki iklim tropis dengan jumlah pulau 17.504 dengan luas daratan 1.922.570 km² dan luas perairan 3.257.483 km². Indonesia memiliki potensi kelautan dan perikanan yang sangat besar dan beragam, baik yang dapat diperbaharui maupun tidak dapat diperbaharui, berupa potensi wilayah, SDA, dan jasa-jasa kelautan (Maiyuniarti, 2019)

Indonesia memiliki wilayah pesisir dan lautan yang begitu besar, dan menjadi sumber penghidupan masyarakat sekitar pada umumnya, hal ini disebabkan wilayah pesisir dan laut memiliki berbagai sumber daya alam serta jasa lingkungan yang bisa dijadikan sumber penghidupan. Perikanan merupakan salah satu usaha manusia untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengelola atau memanfaatkan sumberdaya ikan dan biota lainnya yang bernilai ekonomis (Howara, 2013).

Usaha perikanan memiliki peran penting dalam penyediaan bahan pangan dan pendorong ekonomi suatu wilayah khususnya pada daerah pesisir. Usaha perikanan tangkap adalah sebuah kegiatan usaha yang berfokus untuk memproduksi dengan cara menangkap ikan dimana usaha perikanan tangkap merupakan salah satu usaha yang dapat memenuhi kebutuhan bahan pangan ikan dalam rangka menjaga ketahanan pangan suatu wilayah.

Hasil tangkapan dari nelayan yang memanfaatkan laut sebagai sumber mata pencaharian tentunya akan dijual kepada konsumen. Pola perdagangan hasil perikanan yang berlangsung selama ini mulai dari nelayan selaku produsen sampai ke tangan konsumen selalu ditandai dengan adanya ketidakefisienan sistem pemasaran yang ditandai dengan adanya disparitas harga dan perolehan keuntungan usaha antara nelayan dengan pedagang (Koeshandoko, 2006).

Produk hasil tangkapan perikanan mempunyai sifat yang mudah rusak, sehingga diperlukan penanganan yang cepat untuk segera sampai ke tangan konsumen. Panjang pendeknya rantai pemasaran sangat menentukan kualitas ikan yang akan sampai ke tangan konsumen. Hal lain yang perlu diperhatikan juga ialah harga yang akan terbentuk ketika saluran pemasaran terlalu panjang akan menyebabkan penyebaran keuntungan yang mungkin akan merugikan nelayan sebagai produsen.

Pancing Tonda merupakan salah satu alat penangkap ikan yang digunakan nelayan untuk menangkap ikan. Hasil tangkapan dengan alat ini juga memerlukan saluran distribusi untuk sampai ketangan konsumen. Desa Jiko merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Motongkad, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur, Provinsi Sulawesi Utara, yang terletak di pesisir pantai. Pada umumnya penduduk Desa Jiko bermata pencaharian sebagai nelayan. Pancing Tonda yang merupakan salah satu alat tangkap yang ada di Desa Jiko dimana alat tangkap ini ternyata masih diminati masyarakat setempat. Bagaimana rantai pemasaran ikan hasil tangkapan di Desa Jiko merupakan hal menarik untuk diketahui.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui berapa banyak saluran pemasaran usaha Pancing Tonda di Desa Jiko
2. Mengetahui margin pemasaran hasil tangkapan dengan Pancing Tonda di Desa Jiko.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Jiko Kecamatan Motongkad Kabupaten Bolaang Mangondow Timur pada bulan November 2023 sampai dengan bulan Februari Tahun 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah suatu pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu yang dipolakan

untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Menurut Sujarweni (2015) *dalam* Rohman dan Ichsan (2021) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Penelitian survei digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu.

Metode Pengambilan Data

Nelayan Pancing Tonda yang ada di Desa Jiko berjumlah 15 orang dan ke 15 orang inilah yang dijadikan responden. Secara rinci, didalam penelitian tentang saluran pemasaran digunakan metode sensus yaitu metode dimana semua nelayan dijadikan responden atau mendapat peluang yang sama untuk diwawancarai atau mengisi kuisioner. Selain nelayan, yang dijadikan responden adalah pedagang pengecer 6 orang dan pedagang pengumpul 2 orang.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya (Waluya, 2017). Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara observasi dan wawancara dengan responden yang ada di lokasi penelitian yaitu nelayan usaha Pancing Tonda, pedagang pengecer dan pedagang pengumpul di Desa Jiko, yang dipandu dengan kuisioner. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari data yang sudah terdokumentasi seperti kantor di Desa Jiko.

Analisis Data

Hasil penelitian ini dibahas melalui analisis sebagai berikut:

1. Analisis saluran pemasaran; menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan melakukan penelusuran dari tingkat nelayan usaha Pancing Tonda sampai ke konsumen akhir.
2. Analisis margin pemasaran; untuk menganalisis margin pemasaran dari masing- masing lembaga dilakukan dengan mengurangkan harga jual dengan harga beli, secara matematis sebagaimana berikut (Soekartawi, 2002).

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di tingkat produsen/nelayan

3. Menghitung efisiensi pemasaran

$$Eps = (BP \times HE) \times 100\%$$

Keterangan: Eps = Efisiensi pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

HE = Harga Eceran

Kriteria: Eps < 5% Efisien dan
Eps > 5% Tidak Efisien

4. Menghitung fisherman's share

$$FS = (HP / HK) \times 100\%$$

Keterangan: FS = Fisherman's share/ Bagian yang diperoleh nelayan (%)

HP = Harga jual ditingkat nelayan (Rp)

HK = Harga jual ditingkat konsumen (Rp)

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diuraikan dalam penelitian meliputi umur, tingkat pendidikan, dan tanggungan keluarga, yang dapat dilihat pada uraian selanjutnya. Profil Pedagang Pengumpul pada alat tangkap pancing tonda di Desa Jiko terdiri bervariasi umur, pendidikan, jumlah tanggungan keluarga yang berbeda – beda antara pedagang pengumpul.

Keadaan Nelayan Pancing Tonda

a. Umur

Umur merupakan salah satu faktor dalam melakukan sebuah aktivitas usaha. Semakin bertambah umur, maka kekuatan dalam melakukan operasional usaha Pancing Tonda akan semakin berkurang. Tingkat umur nelayan Pancing Tonda dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Umur Nelayan Pancing Tonda di Desa jiko

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase
1.	25-34	4	26,67
2.	35-49	8	46,66
3.	50-59	3	26,67
Jumlah		15	100,00

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa umur nelayan Pancing Tonda di Desa Jiko yang paling banyak umur produktif yaitu 30 sampai 50. Umur tidak menjadi batasan dalam melakukan suatu pekerjaan jika selama itu kita bisa melakukannya.

b. Pendidikan

Pendidikan merupakan merupakan salah satu aspek sosial yang penting untuk menunjang manusia dalam mengembangkan usahanya dan memudahkan seseorang agar semakin maju dalam keterampilan berusaha. Tingkat Pendidikan nelayan Pancing Tonda di Desa Jiko, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Nelayan Pancing Tonda di Desa jiko

No.	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	Tamat SD	10	67,00
2.	Tamat SMP	3	20,00
3.	Tamat SMA	2	13,00
Jumlah		15	100

Sumber Data diolah (2023)

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan nelayan Pancing Tonda paling banyak adalah tamatan SD yang berjumlah 10 orang dengan persentase 67%. Nelayan dengan tamatan SMP berjumlah 3 orang dengan persentase 20%, dan tamatan yang paling tinggi yaitu SMA berjumlah 2 orang dengan persentase 13%.

c. Tanggungan keluarga

Tanggungan keluarga merupakan banyaknya anggota keluarga yang terdiri dari isteri, anak, serta yang tinggal dalam satu rumah dan makan bersama yang menjadi tanggungan kepala keluarga. Jumlah tanggungan keluarga nelayan Pancing Tonda di Desa Jiko dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Tanggungan Keluarga Nelayan Pancing Tonda di Desa Jiko

No.	Tanggungan Keluarga	Jumlah Nelayan (Orang)	Persentase
1.	0	5	33,34
2.	1	2	13,33
3.	2	4	26,67
4.	4	2	13,33
5.	5	2	13,33
Total		15	100

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan keluarga nelayan pancing tonda di Desa Jiko bervariasi. Nelayan dengan jumlah tanggungan tertinggi yaitu 5 orang berjumlah 2 nelayan, sedangkan jumlah tanggungan 4 orang terdapat 2 nelayan dan ada 5 orang nelayan tidak mempunyai tanggungan karena statusnya belum berkeluarga.

d. Hasil tangkapan

Nelayan Pancing Tonda dalam operasi penangkapan menggunakan perahu bermotor untuk sampai ke lokasi penangkapan. Operasi penangkapan dilakukan pada subuh hari sekitar pukul 04:00. Ketika melakukan penangkapan terkadang nelayan melaut sendiri atau dapat dilakukan dengan seorang teman. Nelayan biasanya membawa bekal makanan dan air minum. Jarak yang biasa ditempuh nelayan dari darat ke laut tempat menangkap ikan dari 30 mil - 50 mil.

Ikan-ikan yang ditangkap dengan alat Pancing Tonda yaitu ikan cakalang, ikan tongkol, dan ikan tuna kecil. Dalam sekali memancing nelayan biasanya bisa mendapatkan 10-15 ekor ikan. Berikut ini adalah tabel jenis ikan yang tertangkap serta harga jual.

Tabel 4. Jenis ikan yang tertangkap dan harga

No.	Jenis ikan	Harga ikan/Kg(Rp)
1.	Cakalang	30.000
2.	Tongkol	25.000
3.	Tuna	35.000
Rata rata		30.000

Sumber: Data diolah (2023)

Profil Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer yang dijadikan responden yang membeli ikan langsung dari nelayan Pancing Tonda di Desa Jiko berjumlah 6 orang. Profil pedagang pengecer di Desa Jiko menurut umur, pendidikan dan tanggungan keluarga dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Profil Pedagang Pengecer

No.	Profil	Kriteria	Jumlah (Jiwa)
1.	Umur	25-35	2
		36-50	2
		51-60	2
2.	Pendidikan	SD	1
		SMP	2
		SMA	3
3.	Tanggungan Keluarga	0-3	6

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa umur dari responden pedagang pengecer berada pada umur yang produktif. Tingkat pendidikan responden paling sedikit yang

berpendidikan SD yaitu 1 orang sedangkan yang paling banyak berpendidikan SMA yaitu berjumlah 3 orang, dan yang berpendidikan SMP ada 2 orang.

Profil Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul yang dijadikan responden yang membeli ikan langsung dari nelayan Pancing Tonda di Desa Jiko berjumlah 2 orang. Profil pedagang pengumpul yang berada di Desa Jiko dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Profil Pedagang Pengumpul di Desa Jiko

No	Profil	Kriteria	Jumlah (Jiwa)
1.	Umur	36-50	1
		51-60	1
2.	Pendidikan		2
3.	Tanggungan Keluarga	2-3	2

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat umur dari responden pedagang pengumpul berada pada umur yang produktif. Tingkat pendidikan responden adalah SD berjumlah 2 orang. Tanggungan keluarga dari pedagang pengumpul yaitu berjumlah 2 dan 3 orang. Tingkat pendidikan yang rendah tidak menjadi penghambat untuk meraih kesuksesan menjadi pedagang yang berhasil.

Pengalaman Pekerjaan Menjadi Nelayan Pancing Tonda, Pedagang Pengecer dan Pedagang Pengumpul

Lamanya usaha atau pekerjaan yang dijalankan dapat mempengaruhi tingkat pendapatan sebagai nelayan Pancing Tonda, sebagai pedagang pengecer, maupun sebagai pedagang pengumpul. Pengalaman pekerjaan dari responden dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Pengalaman menjadi Nelayan Pancing Tonda, Pedagang Pengecer, Pedagang Pengumpul di Desa Jiko

No.	Jenis Pekerjaan	Pengalaman Pekerjaan(Tahun)	Jumlah	Persentase
1.	Nelayan	5-10	8	53,33
		11-20	3	20,00
		21-30	4	26,67
2.	Pedagang Pengecer	1-5	5	83,33
		6-10	1	16,67
3.	Pedagang Pengumpul	10	1	50,00
		19	1	50,00

Sumber. Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat dari lama usaha atau pengalaman pekerjaan nelayan Pancing Tonda di Desa Jiko pada 5-10 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 53,33 %, 11-20 berjumlah 3 orang dengan persentase 20%, dan 21-30 berjumlah 4 orang dengan persentase 26,67%. Lama dalam menjalankan usaha Pancing Tonda, tentunya banyak pengalaman yang didapati sehingga akan berdampak pada pengambilan keputusan oleh seorang nelayan Pancing Tonda. Lama usaha atau pengalaman menjadi pedagang pengecer 5 orang berpengalaman 1 – 5 tahun atau 83.33%, dan 6-10 tahun atau 16.67% ada 1 orang. Pedagang pengumpul 9 tahun berjumlah 1 orang dan 19 tahun 1 orang.

Rantai Pemasaran Usaha Pancing Tonda

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan terdapat tiga pola saluran pemasaran usaha Pancing Tonda yang ada di Desa Jiko. Pengumpulan data untuk

mengetahui berbagai saluran pemasaran ikan yang digunakan, diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran ikan mulai dari nelayan sampai pada pedagang dan konsumen.

a. Saluran I

Pada saluran pemasaran I, nelayan menjual ikan ke pedagang pengecer, kemudian dari pedagang pengecer dijual kepada konsumen. Konsumen yang ada pada saluran ini yaitu masyarakat di desa Jiko dan desa Nuangan. Pembelian dilakukan secara langsung oleh pedagang pengecer kepada nelayan di pantai pada saat nelayan selesai dari melaut. Biasanya saat proses pembelian pedagang pengecer kepada nelayan, mereka saling menawarkan harga untuk mendapatkan kesepakatan agar sama-sama mendapatkan keuntungan. Pedagang pengecer menjual kepada konsumen dengan cara berkeliling menggunakan sepeda motor..

b. Saluran II

Pada saluran pemasaran II, nelayan menjual ikan ke pedagang pengumpul atau biasa disebut kepenampungan ikan kemudian di kirim ke konsumen yaitu perusahaan. Penjualan ikan dari nelayan kepada pedagang pengumpul biasanya tidak langsung dibayar saat itu juga tetapi nanti dibayar saat ikan-ikan tersebut sudah di antar ke perusahaan. Penentuan harga dari pedagang pengumpul ke perusahaan mengikuti harga yang ditentukan oleh perusahaan. Pedagang pengumpul mengantar ikan langsung ke perusahaan yang ada di kota Bitung. Ikan yang dijual ke perusahaan biasanya ikan tuna.

c. Saluran III

Pada saluran pemasaran III, nelayan menjual ikan ke pedagang pengumpul atau biasa disebut kepenampungan ikan kemudian dibawa kekonsumen yaitu pengolah ikan asap. Penjualan ikan dari nelayan kepada pedagang pengumpul biasanya tidak langsung dibayar saat itu juga tetapi nanti dibayar saat ikan-ikan tersebut selesai diantar kepada pengolah ikan asap. Penentuan harga dari pedagang pengumpul ke pengolah ikan asap mengikuti harga yang di sepakati oleh pedagang pengumpul dan pengolah ikan. Pedagang pengumpul mengantar ikan langsung ke pasar tempat pengolahan ikan asap yang ada di pasar Kotamobagu. Ikan yang dijual ke pengolah ikan asap biasanya ikan cakalang dan tongkol.

Harga Ikan dan Margin Usaha Pancing Tonda

Harga ikan hasil tangkapan Pancing Tonda bergantung pada biaya. Adapun biaya yang diperlukan yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Pada penelitian ini, tidak menghitung secara rinci biaya-biaya tersebut, tapi hanya berdasarkan harga yang ditentukan (dijawab) oleh produsen atau pedagang pengumpul itu sendiri pada saat wawancara dilaksanakan.

Tingkat harga ikan hasil tangkapan Pancing Tonda di tingkat produsen/nelayan berbeda dengan pedagang pengecer dan pedagang pengumpul. Untuk lebih jelas tingkat harga ikan hasil tangkapan usaha nelayan Pancing Tonda dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Tingkat harga ikan hasil tangkapan Pancing Tonda

Saluran pemasaran	Lembaga pemasaran	Nilai (Rp/Kg)	Fisherman share (Fs)
I	Nelayan		75%
	• Harga pokok	25.000	
	• Harga jual	30.000	
	• Margin	5.000	
	Pedagang Pengecer		
	• Harga beli	30.000	
	• Harga jual	40.000	
	• Margin	10.000	
II	Nelayan		68,18%
	• Harga pokok	25.000	
	• Harga jual	30.000	
	• Margin	5.000	
	Pedagang pengumpul		
	• Harga beli	30.000	
	• Harga jual	44.000	
	• Margin	14.000	
III	Nelayan		60%
	• Harga pokok	25.000	
	• Harga jual	30.000	
	• Margin	5.000	
	Pedagang pengumpul		
	• Harga beli	30.000	
	• Harga jual	35.000	
	• Margin	5.000	
	Pengolah Ikan Asap		
	• Harga beli	35.000	
	• Harga jual	50.000	
	• Margin	15.000	

Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran: yaitu perbandingan antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dijual (harga eceran) dinyatakan dengan persen (Soekartawi, 2002).

Persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut.

$$Ep = Bp/He \times 100\%$$

Keterangan:

Ep = efisiensi pemasaran

Bp = biaya pemasaran

He = harga eceran

Efisiensi pemasaran ikan usaha pancing tonda seperti pada Tabel 9.

Tabel 9. Efisiensi Pemasaran pada Tiap Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran
1	Rp1.125/Rp40.000 X 100% = 2,81%
2	Rp1.000/Rp44.000 X 100% = 2,27%
3	Rp2.250/50.000 X 100% = 4,5%

Berdasarkan Tabel 9, efisiensi pemasaran di tingkat pedagang pengecer dan pedagang pengumpul dapat di simpulkan analisis efisiensi pemasaran untuk ikan usaha pancing tonda yaitu nilai efisiensi pemasaran yang masuk dalam kriteria efisien adalah saluran pemasaran pertama.

Efisiensi pemasaran ini maksudnya adalah perbandingan biaya yang digunakan dengan harga eceran pada tingkat konsumen.

Tabel 10. Biaya pemasaran dan keuntungan (Rp/Kg)

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Margin (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
I	Nelayan	5.000		
	Pengecer	10.000	1.125	8.875
	Total	15.000		
II	Nelayan	5.000		
	Pedagang pengumpul	14.000	1.000	13.000
	Total	30.000		
III	Nelayan	5.000		
	Pedagang pengumpul	5.000	2.250	2.750
	Pengolah ikan asap	15.000		
	Total	25.000		

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Rantai pemasaran ikan usaha pancing tonda di Desa Jiko, Kecamatan Motongkad, Kabupaten Bolaang Mongondow timur Memiliki 3 Rantai Pemasaran yaitu :
 - Saluran I : Nelayan → Pedagang Pengecer → Konsumen
 - Saluran II : Nelayan → Pedagang Pengumpul → Perusahaan
 - Saluran III : Nelayan → Pedagang Pengumpul → Pengolah Ikan Asap
2. Dari penghitungan margin pemasaran, fisherman share dan tingkat efisiensi pada saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran I jumlah margin Rp.10.000/kg, fisherman share 75% serta tingkat efisiensi pemasaran 2,81%, selanjutnya saluran pemasaran II jumlah margin, Rp. 25.000, fisherman share 68,18% dan tingkat efisiensi pemasaran 2,27%, kemudian saluran pemasaran III, jumlah margin pemasaran Rp. 15.000/kg, fisherman share 60%, tingkat efisiensi pemasaran 4,5%. Dari seluruh saluran pemasaran yang ada pola pemasaran saluran I tergolong efisien karena margin paling kecil, fisherman share paling besar serta tingkat efisiensi pemasaran <5% dibandingkan dengan pola saluran pemasaran II dan III disamping itu pola saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling pendek.

Daftar Pustaka

- Afnas, S. 2016. Pancing Tonda dan Sejenisnya (Hook and Line and Their Kinds) Pancing Tonda. <https://satriaafnan.blogspot.com/2016/04/pancing-tonda.html> diakses pada 03 November 2023 pukul 17.00.
- Aprilyanti, S. 2017. Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktifitas Kerja. Jurnal Sistem dan Manajemen Industri Vol 1. No. 2. (68-72).
- Ernawati, F, Y, & Rokhmad, B. 2023. Manajemen Pemasaran. Jawa : PT. Nasya Expanding Management.
- Howara, D. 2013. Strategi Pengembangan Pengolahan Hasil Perikanan di Kabupaten Donggala dalam Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian : Vol. 3. No. 17 (75-81).
- Julyanthry, J., Siagian, V., Asmeati, A., Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., ... & Syukriah M, E. A. (2020). Manajemen Produksi dan Operasi.
- Triyanti, R., & Yulisti, M. (2012). Rantai Pemasaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) di Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 7(1), 14-20
- Wati, L. A., & Primyastanto, M. (2018). Ekonomi produksi perikanan dan kelautan modern: teori dan aplikasinya. Universitas Brawijaya Press.
- Yunus, M., Abubaka, Said, M., Cut, H. 2021. Efisien Pemasaran dan Ketahanan Pangan. Jakarta: Syiah Kuala University Press.