

Analisis Margin Saluran Pemasaran Hasil Tangkapan Nelayan Soma Pajeko di Desa Tumbak Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara

Kevin R. Sambouw¹; Srie J. Sondakh²; Siti Suhaeni²; Jeannette F. Pangemanan²; Steelma V. Rantung²; Grace O. Tambani²;

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: sriesondakh@unsrat.ac.id

Abstract

Tumbak Village is one of the coastal villages in Pusomaen District, Southeast Minahasa Regency. Most of the people of Tumbak Village work as fishermen, one of the fishing gear used by fishermen in Tumbak Village is Soma pajeko which is the term for purse seine.

The objectives of the study were (1) to find out the number of marketing channels for the catches of soma pajeko fishermen in Tumbak Village, (2) to find out the marketing margin for the catches of soma pajeko fishermen in Tumbak Village.

The basic method that will be used in this study is a survey. The population in this study are fishermen who own soma pajeko in Tumbak Village and the traders who market them. Data collection used Snowball Sampling with a sample size of 13 people. The data collected consisted of primary data and secondary data. Data collection was carried out through observation, documentation and interviews guided by a questionnaire. The data obtained were analyzed descriptively qualitatively and quantitatively

Based on the results of the study, it is known that the marketing channels for the catches of Soma Pajeko fishermen in Tumbak Village are only two marketing channels, namely: from fishermen to intermediary traders to retailers and finally to consumers; from fishermen to retailers directly to consumers. The results of the margin analysis carried out on the two marketing channels for fish caught by Soma Pajeko fishermen in Tumbak Village showed that the marketing margin on both marketing channels was the same, namely IDR 10,000 or 47.62%. The length of the marketing channel for fish caught by fishermen in Tumbak Village does not affect the level of income of fishermen, but it greatly affects the profits of traders. The shorter the marketing channel, the more profitable it is for retailers, but the margin or price difference received by fishermen and paid by consumers remains the same, namely IDR 10,000.

Keywords: marketing; marketing system; Tumbak Village

Abstrak

Desa Tumbak merupakan salah satu desapesisir yang ada di Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara. Masyarakat Desa Tumbak sebagian besar memiliki mata pencaharian sebagai nelayan, salah satu alat tangkap yang digunakan nelayan Desa Tumbak adalah Soma pajeko yang merupakan istilah pukot cincin atau *purse seine*.

Tujuan penelitian adalah (1) Mengetahui banyaknya rantai saluran pemasaran hasil tangkapan nelayan soma pajeko yang ada di Desa Tumbak, (2) Mengetahui Margin pemasaran hasil tangkapan nelayan soma pajeko yang ada di Desa Tumbak.

Metode dasar yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu survei. Populasidalam penelien ini adalah nelayan pemilik soma pajeko di Desa Tumbak dan parapedagang yang memasarkannya. Pengambilan data menggunakan *Snowball Sampling* dengan jumlah sampel 13 orang. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara yang dipandu dengan kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko di Desa Tumbak hanya ada dua saluran pemasaran yaitu: dari nelayan ke pedagang perantara ke pedagang pengecer terakhir ke konsumen; dari nelayan ke pedagang pengecer langsung ke konsumen. Hasil analisis margin yang dilakukan pada kedua saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan soma pajeko di Desa Tumbak diketahui bahwa margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran itu sama yaitu Rp10.000 atau 47,62%. Panjang pendeknya saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan di Desa Tumbak tidak mempengaruhi tingkat pendapatan nelayan, namun sangat berpengaruh terhadap keuntungan para pedagang. Semakin pendek saluran pemasaran semakin menguntungkan bagi pedagang pengecer, namun margin atau beda harga yang diterima nelayan dengan yang dibayarkan konsumen tetap sama yaitu Rp10.000.

Kata kunci: pemasaran; sistem pemasaran; Desa Tumbak

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia, yang wilayahnya memiliki wilayah daratan seluas 1.905 juta km² dan wilayah perairan seluas 3.257 juta km², sehingga total wilayah Indonesia yaitu sekitar 5.180 juta km². Pulau di Indonesia berjumlah sekitar 17.504 serta garis pantai sepanjang 95.161 km², yang merupakan garis pantai kedua terpanjang setelah Kanada. Indonesia memiliki luas wilayah laut tersebut berarti memiliki potensi kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) yang begitu besar (Hasanah, 2020).

Sektor perikanan sebagai salah satu sektor yang mempunyai peranan strategis dan penting dalam pembangunan perekonomian nasional, terutama dalam penyediaan bahan pangan protein, meningkatkan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, nelayan kecil, dan pelaku usaha. Tujuan yang harus dicapai dalam pembangunan sektor perikanan nasional, yakni: (1) pemenuhan kebutuhan konsumsi produk perikanan untuk dalam negeri; (2) peningkatan perolehan devisa; (3) peningkatan produksi perikanan sesuai dengan potensi lestari dan daya dukung lingkungannya; (4) pemeliharaan kelestarian stok ikan dan daya dukung lingkungannya; (5) peningkatan kesejahteraan nelayan dan petani ikan (Mulyadi, 2005).

Perikanan tangkap menurut Direktorat Jenderal Perikanan adalah kegiatan ekonomi dalam bidang penangkapan ikan atau pengumpulan hewan atau tanaman air yang hidup di laut atau perairan umum secara bebas. Kegiatan penangkapan ikan yang dimaksud bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, baik secara finansial maupun untuk memperoleh nilai tambah lainnya seperti penyerapan tenaga kerja, pemenuhan kebutuhan terhadap protein hewani, devisa serta pendapatan negara lainnya (Najamudin, 2014 *dalam* Suhaeni *dkk*, 2020).

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha (Indrasari, 2019).

Setiap aktivitas yang terjadi dalam pemasaran akan membentuk suatu rantai nilai, yaitu rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber dasar yaitu aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk, dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan (Pearce dan Robinson, 2008).

Pemasaran hasil tangkapan masih menjadi permasalahan yang dialami oleh nelayan, hal ini dapat dilihat dari rendahnya harga jual ikan yang diperoleh nelayan. Keuntungan terbesar jatuh ke tangan para pedagang dan pemilik modal, sementara itu para nelayan hanya menerima keuntungan yang sedikit namun menanggung resiko cukup besar berupa kecelakaan di laut juga resiko jangka panjang berupa degradasi lingkungan laut. Selain itu, ketiadaan modal merupakan permasalahan yang sering dihadapi oleh nelayan tradisional. Kesulitan modal menjadikan posisi tawar nelayan rendah dalam sistem pemasaran, nelayan tidak mendapatkan keuntungan yang layak bahkan seringkali merugi (Sudana, 2019).

Sistem pemasaran hasil perikanan, terdapat *conflict of interest* dari tiga pilar utama yaitu produsen yang menginginkan harga yang tinggi, sementara konsumen menghendaki

harga yang murah dan lembaga pemasaran yang menghendaki keuntungan maksimal. Persoalannya kemudian bahwa dalam pemasaran komoditi perikanan, studi empiris menunjukkan bahwa pihak yang paling banyak dirugikan adalah nelayan, sedangkan pedagang pada umumnya memperoleh keuntungan yang lebih besar atau dengan kata lain sistem pasar masih jauh dari prinsip keadilan. Pemasaran hasil tangkapan masih menjadi permasalahan yang dialami oleh nelayan, hal ini dapat dilihat dari rendahnya harga jual ikan yang diperoleh nelayan (Suhaeni, dkk., 2020)

Desa Tumbak merupakan salah satu desa yang terletak di pesisir pantai yang berada di wilayah Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara Provinsi Sulawesi Utara. Letaknya yang berada di pesisir pantai rata-rata penduduk di Desa Tumbak berprofesi sebagai nelayan dan masih tergolong sebagai nelayan tradisional karena masih menggunakan alat tangkap yang sederhana. Salah satu alat tangkap yang digunakan nelayan Desa Tumbak yaitu Soma Pajeko (*Purse Seine*). Soma pajeko adalah satu alat tangkap yang digunakan yang juga dikenal dengan istilah pukot cincin. Pada umumnya ikan hasil tangkapan nelayan harus segera dipasarkan karena ikan terkenal mudah rusak (*Perisable*), sehingga terciptanya sebuah sistem rantai pemasaran hasil perikanan. Hasil tangkapan yang diperoleh nelayan Desa Tumbak harus secepat mungkin dipasarkan kalau tidak akan mengalami penurunan mutu yang pada akhirnya mengalami penurunan harga jual apabila dipasarkan.

Permasalahannya dalam pemasaran komoditi perikanan, berdasarkan studi empiris menunjukkan bahwa pihak yang paling banyak dirugikan adalah nelayan, sedangkan pedagang pada umumnya memperoleh keuntungan yang lebih besar atau dengan kata lain sistem pasar masih jauh dari prinsip keadilan. Efisiensi pemasaran merupakan pangkal pokok dari tujuan yang ingin dicapai dalam setiap sistem pemasaran hasil perikanan. Secara umum, suatu sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan produk dari tingkat produsen ke tangan konsumen akhir dengan cara memuaskan kepentingan semua *stakeholders* dalam pemasaran secara adil sesuai dengan tingkat pengorbanannya masing-masing. Berdasarkan hal tersebut maka merupakan hal yang sangat penting untuk melakukan kajian terhadap seberapa besar margin yang diterima nelayan pada setiap saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko di Desa Tumbak Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ialah mengetahui banyaknya saluran pemasaran dan margin pada setiap saluran pemasaran hasil tangkapan nelayan soma pajeko yang ada di Desa Tumbak.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tumbak Kecamatan Pusomaen Kabupaten Minahasa Tenggara. Waktu yang diperlukan dalam melaksanakan penelitian dimulai dari konsultasi, observasi lapangan, penyusunan rencana kerja penelitian, pengumpulan data, analisis data, penyusunan laporan hasil penelitian dan ujian skripsi sekitar 8 bulan, yaitu mulai bulan November 2023 sampai Juni 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 lokasitertentu 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 Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nelayan pemilik Soma Pajeko dan pedagang yang ada dalam saluran pemasaran ikan hasil tangkapan Soma Pajekodi Desa Tumbak. Pengambilan data untuk nelayan diambil menggunakan metode sensus dan untuk pedagang diambil menggunakan metode sampling. Metode pengambilan sampel menggunakan *Snowball Sampling*. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Snowball Sampling atau pengambilan sampel rujukan berantai merupakan teknik pengambilan sampel di mana sampel yang ada memberikan rujukan untuk merekrut sampel yang diperlukan untuk penelitian. Metode pengambilan sampel ini melibatkan sumber data primer yang mencalonkan sumber data potensial lainnya yang berpartisipasi dalam penelitian. Metode *Snowball Sampling* murni berdasarkan rujukan dan begitulah cara seorang peneliti dapat menghasilkan sampel (Sugiyono, 2017). Sampel yang diambil berjumlah 13 orang yang terbagi 2 nelayan pemilik soma pajeko, 2 orang pedagang perantara dan 10 orang pedagang pengecer, seharusnya semua berjumlah 14 orang sampel, namun karena seorang nelayan pemilik soma pajeko juga merangkap sebagai pedagang perantara sehingga jumlahnya sampel menjadi 13 orang.

Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Tujuan pertama penelitian ini dicapai dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif berdasarkan hasil wawancara dengan responden. Tujuan kedua digunakan analisis deskriptif kuantitatif dan menggunakan analisis margin pemasaran. Menghitung Margin Pemasaran (Hanafiah, *dalam* Suhaeni, dkk., 2020)

$$M_i = H_i - H_{i-1}$$

keterangan: M_i = Margin pada pedagang perantara ke-1 hasil tangkapan nelayan A (Rp/satuan)

H_i = Harga penjualan pedagang perantara ke-1 hasil tangkapan Nelayan A (Rp/satuan)

H_{i-1} = Harga pembelian pedagang perantara ke-1 hasil tangkapan Nelayan A (Rp/satuan)

Menghitung Total Keuntungan Pemasaran (Hanafiah, *dalam* Suhaeni, dkk., 2020)

$$KM = MP - BP$$

keterangan: KM = Total keuntungan pemasaran (Rp/satuan)

MP = Margin pemasaran (Rp/satuan)

BP = Total biaya pemasaran (Rp/satuan)

Hasil dan Pembahasan

Keadaan Penduduk

Keadaan Penduduk Menurut Jumlah Kelamin

Berdasarkan data administrasi yang diperoleh dari pemerintah Desa Tumbaktahun 2023, jumlah penduduk Desa Tumbak adalah 1.100 jiwa. Lebih jelas data jumlah penduduk menurut jenis kelamin dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah Penduduk Menurut Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	539	49,00
2	Perempuan	561	51,00
	Total	1.100	100,00

Sumber: Kantor Desa Tumbak

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa penduduk berjenis kelamin laki-laki berjumlah 539 jiwa (49 %) dan perempuan berjumlah 561 jiwa (51 %), dari data diatas diketahui bahwa penduduk berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari penduduk berjenis kelamin laki-laki.

Keadaan Penduduk Menurut Umur

Umur seseorang dapat mempengaruhi produktivitas tenaga kerja. Menurut Suyono dan Hermawan (2013), umur produktif tenaga kerja berkisar antara 15 hingga 65 tahun. Pada rentang umur tersebut, dinyatakan bahwa jika seseorang termasuk dalam kategori tenaga kerja produktif, maka tingkat produktivitas kerjanya cenderung baik. Hal ini dapat dijelaskan oleh tingkat kreativitas yang tinggi yang dimiliki pada umur produktif, yang didukung oleh pengetahuan dan wawasan yang lebih baik. Penduduk di Desa Tumbak menurut umur dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah Penduduk Menurut Umur

No	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase
1	0 - <5	150	13,63
2	6 - <14	197	17,91
3	15 - <65	645	58,64
4	> 65	108	9,82
	Jumlah	1.100	100

Penggolongan umur penduduk Desa Tumbak pada TAbel 2 berdasarkan umur produktif dan tidak produktif. Terlihat bahwa lebih dari setengah penduduk Desa Tumbak berada pada umur yang produktif yaitu 58,64%, sedangkan sisanya yang masih Balita 13,63% dan usia sekolah 17,91% serta usia lanjut diatas 65 tahun adalah 9,82%.

Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah salah satu sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan kepribadian anak didik. Orang yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi juga bermanfaat karena baik dengan sengaja maupun tidak sengaja menyebarkan pengetahuannya sewaktu mereka bergaul dalam masyarakat. Orang yang memiliki jenjang pendidikan yang lebih tinggi juga lebih mudah memahami sikap orang lain sehingga lebih menciptakan kerukunan di dalam kehidupan bermasyarakat. Pendidikan ada yang bersifat formal dan tidak formal. Pendidikan formal dilakukan melalui proses yang teratur, sistematis dan dilakukan oleh lembaga yang khusus didirikan untuk itu, pendidikan tidak formal diperoleh lewat pengalaman dan belajar sendiri. Semestinya tingkat pendidikan formal yang lebih tinggi memberi peluang bagi anak didik untuk memperoleh tingkat pendapatan yang lebih tinggi. Keterkaitan tingkat pendidikan seseorang dengan masalah bidang pekerjaan atau profesi adalah sangat erat, dimana seseorang yang mempunyai pendidikan tinggi tentunya lebih banyak dibutuhkan dari pada yang berpendidikan rendah (Turere, 2013). Tingkat pendidikan penduduk Desa Tumbak dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
Pra sekolah	20	2,74
SD	185	25,37
SMP	254	34,84
SMA	243	33,33
SARJANA	27	3,72
Total	729	100,00

Sumber: Kantor Desa Tumbak Diolah

Tabel 3 menunjukkan tingkatan pendidikan di Desa Tumbak paling banyak adalah tamatan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yaitu berjumlah 254 orang (34,84%), namun ada juga yang menjadi sarjana sebanyak 27 orang (3,72%). Hal ini menunjukkan bahwa penduduk Desa Tumbak mempunyai kesadaran akan pentingnya untuk menuntut ilmu bagi kehidupan anak keturunan mereka.

Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Sumber Daya Alam (SDA) yang ada di suatu wilayah berdampak pada sumber mata pencaharian penduduknya. Mata pencaharian yang dimiliki setiap orang merupakan upaya pemenuhan kebutuhan hidup, selain itu mata pencaharian yang dimiliki diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup keluarga dengan indikator kemampuan pemenuhan kebutuhan sandang, pangan, dan papan (Syukri dan Mahmut, 2019).

Penduduk Desa Tumbak dalam memenuhi kebutuhan hidup rumah tangganya melakukan berbagai jenis pekerjaan. Kebutuhan hidup harus selalu dipenuhi setiap harinya. Seseorang akan mencari dan melakukan pekerjaan yang dapat menghasilkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pekerjaan setiap orang pun berbeda-beda sesuai dengan kemampuan dan keahlian masing-masing. Mata pencaharian masyarakat Desa Tumbak dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No	Mata Pencaharian	Jumlah	Persentase
1	Nelayan	193	17,54
2	Petani	30	2,72

3	Wiraswasta	10	0,90
4	Pedagang	16	1,45
5	PNS/TNI/POLRI	4	0,36
6	Tukang	25	2,27
7	Karyawan Swasta	5	0,45
8	Lainnya	817	74,31
Total		1.100	100,00

Sumber: Kantor Desa Tumbak

Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah penduduk menurut mata pencaharian, sebanyak 193 orang berprofesi sebagai nelayan atau 17,54% dan sebanyak 817 orang belum bekerja dan masih bersekolah dengan persentase sebesar 74,31.

Keadaan Penduduk Menurut Agama dan Kepercayaan

Agama merupakan sistem kepercayaan seseorang dalam menunjang kepribadian maupun iman seseorang dalam menjalankan aktivitas. Agama pada dasarnya merupakan sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan- persoalan yang dihayati (Jalaluddin, 2012). Berdasarkan data yang diperoleh di kantor Desa Tumbak masyarakat disana 100% beragama Islam.

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nelayan pemilik Soma Pajeko, pedagang perantara dan pedagang pengecer. Hasil penelitian diketahui bahwa salahsatu responden nelayan juga berprofesi sebagai pedagang perantara yang menjual hasil tangkapannya sendiri dan membeli hasil tangkapan orang lain dari desa tetangga. Responden dalam penelitian ini berjumlah 13 orang.

Tabel 5. Profil Responden

No Responden	jenis Kelamin	Umur (Tahun)	pendidikan	Pekerjaan	Pengalaman(Tahun)
1	Laki-laki	26	SMA	Nelayan	4
2	Laki-laki	35	SMA	Nelayan &P Perantara	18
3	Perempuan	42	SD	P. perantara	20
4	Laki-laki	35	SMA	P. pengecer	14
5	Perempuan	41	SMA	P. pengecer	20
6	Perempuan	46	SMA	P. pengecer	5
7	Perempuan	42	SMP	P. pengecer	4
8	Laki-laki	41	SMP	P. pengecer	10
9	Perempuan	35	SMA	P. pengecer	16
10	Perempuan	34	SMA	P. pengecer	15
11	Perempuan	44	SMA	P. pengecer	15
12	Perempuan	46	SMA	P. pengecer	5
13	Perempuan	39	SMA	P. pengecer	5

Sumber: Data Primer (2024)

Pada Tabel 5 terlihat bahwa responden nelayan berjumlah 2 orang yang merupakan pemilik Soma Pajeko dan semua berjenis kelamin laki-laki. Pedagang

perantara berjumlah 2 orang dan berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, karena responden 2 itu selain sebagai nelayan juga sebagai pedagang perantara. Pedagang Pengecer yang menjadi responden kebanyakan perempuan karena dari 10 responden pedagang pengecer hanya 2 orang yang laki-laki.

Dilihat dari umur responden semua berada pada umur yang produktif, karena umur responden yang termuda adalah 26 tahun yang merupakan nelayan pemilik Soma Pajeko. Adapun responden yang paling tua berumur 46 tahun yang berjumlah 2 orang dan keduanya merupakan pedagang pengecer. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua responden berada dalam kategori umur yang produktif karena berumur antara 15 sampai 65 tahun.

Pada Tabel 5 juga terlihat pendidikan responden bervariasi dari SD, SMP dan SMA, namun yang tamatan SD hanya satu orang yaitu seorang perempuan pedagang pengecer. Responden nelayan pemilik Soma Pajeko, keduanya lulusan SMA, dari 13 responden yang lulusan SMA berjumlah 10 orang termasuk kedua nelayan dan responden yang lulusan SMP hanya 2 orang.

Pengalaman responden dalam menekuni pekerjaannya berkisar antara 4 sampai 20 tahun. Rata-rata karena responden berdomisili di tepi pantai sehingga dari masih sekolah sudah mulai mengerti bagaimana cara mencari uang dengan menjual ikan atau ikut pergi melaut menangkap ikan.

Usaha Soma Pajeko

Operasi penangkapan

Pada pelaksanaan operasi penangkapan ikan menggunakan Soma Pajeko (*Purse Seine*) dilakukan 5 kali dalam satu minggu dan dalam satu bulan 4 minggu atau 20 trip. Satu tahun rata-rata hanya melakukan operasi penangkapan 10 bulan saja karena ada saatnya cuaca tidak memungkinkan untuk nelayan pergi melaut menangkap ikan. Pada saat cuaca tidak bagus seperti adanya gelombang tinggi, hujan badai ataupun angin kencang maka nelayan tidak berani untuk turun melaut karena resiko keselamatan sangat tinggi, itulah sebabnya nelayan soma pajeko efektifnya hanya 10 bulan saja melaut dalam satu tahun.

Operasi penangkapan ikan dengan soma pajeko menggunakan satu perahu yang dilengkapi dengan 2 motor tempel 40 PK. Perahu untuk responden 1 berukuran panjang 16 m dan lebar 4,15 m, sedangkan responden 2 menggunakan perahu yang lebih kecil yaitu berukuran panjang 14 m dan lebar hanya 3 m. Adapun ukuran jarring atau soma pajeko yang digunakan responden 1 mempunyai panjang 356 m dan kedalaman 86 m, sedangkan jarring responden 2 mempunyai panjang 345 m dan kedalaman 65 m. Mesin yang dipakai kedua responden pemilik soma pajeko sama yaitu sama-sama menggunakan 2 unit mesin berukuran 40 PK, namun ABK pada responden 1 berjumlah 15 orang sedang responden 2 hanya menggunakan 10 orang ABK.

Sebelum melakukan penangkapan ikan atau penebaran jaring atau membuang jaring, nelayan soma pajeko sudah bekerja sama dengan perahu lampu yang bertugas mencari gerombolan ikan. Setelah mendapat aba-aba atau tanda-tanda dari perahu lampu yang berarti perahu lampu sudah berhasil mendapatkan dan mengumpulkan gerombolan ikan, maka perahu pajeko sudah boleh mendekat dan melakukan penangkapan ikan.

Saat perahu berada pada jarak 20 meter dari gerombolan ikan maka jaring mulai ditebarkan dengan terlebih dahulu melemparkan ujung tali kolor dan tali tarik yang diberi

pelampung tanda persamaan. Sementara penebaran jaring dilakukan perahu pajeko bergerak melingkair gerombolan ikan agar ikan tidak melarikan diri dari lingkaran jaring tersebut.

Saat jaring yang ditebarkan telah berbentuk lingkaran dengan kedua ujung jaring telah bertemu, maka jaring mulai ditarik bersamaan. Setelah jaring telah membentuk lingkaran penuh maka penarikan jaring dimulai, dimana tali pelampung dan pemberat ditarik secara bersamaan, setelah sampai pada tali cincin maka penarikan lebih dipercepatkan agar bagian bawah jaring tertutup dengan rapat, penarikan jaring dilakukan secara bergantian dari penarikan tali kolor, isi jaring maupun pelampung dan pemberat, dilakukan dengan cara yang masih bersifat tradisional, yaitu dengan menggunakan tenaga manusia atau ABK

Setelah penarikan tali kolor selesai maka dilakukan penarikan tubuh jaring dan memperkecil ruang gerak ikan sehingga ikan-ikan terkumpul di bagian kantong. Setelah ikan terkumpul di dalam jaring mulailah jaring ditarik keatas agar ikan dapat segera dipindahkan keatas perahu dan ditaruh di palkah. Mereka melakukan operasi penangkapan ikan dengan membawa es dengan alasan agar ikan hasil tangkapan mereka tidak cepat rusak, sehingga kualitas atau mutu hasil tangkapan terjaga dengan demikian ikan hasil tangkapan cepat terjual kalau dipasarkan dan harganya juga boleh bersaing. Setelah ikan dan jaring semua sudah berada diatas perahu, mereka langsung berlayar pulang ke daratan untuk membongkar ikan dan pembeli sudah menunggu di pantai. Biasanya pembeli merupakan pedagang perantara atau pedagang pengecer. Responden 2 yang merupakan pedagang perantara juga akan membeli hasil tangkapan soma pajeko lain dan menjual kembali ke pedagang pengecer yang berada di pasar-pasar terdekat.

Tenaga Kerja dan Sistem Bagi Hasil

Usaha penangkapan ikan menggunakan soma pajeko tidak mungkin dilakukan sendirian oleh seorang nelayan pemilik, harus menggunakan tenaga kerja atau harus selalu ada ABK (Anak Buah Kapal) atau masanae dalam bahasa lokalnya. Nelayan pemilik soma pajeko biasanya juga bekerja sama dengan pemilik perahu lampu sebagai orang yang bertugas mencari dan mengumpulkan gerombolan ikan. Alat tangkap soma pajeko membutuhkan tenaga kerja antara 10 sampai 15 orang yang dapat bekerja sama dalam melakukan operasi penangkapan ikan. Seorang Tonaas akan memimpin, mengatur dan mengawasi semua kegiatan operasi penangkapan ikan agar semua berjalan baik dan lancar sesuai dengan rencana. Seorang juru mesin bertugas menjaga mesin agar tetap berfungsi dengan baik. ABK yang lain ada yang bertugas menebar jaring dan menarik jaring saat jaring sudah dipenuhi dengan ikan, ada juga yang bertugas sebagai penarik tali kolor (talicincin), dan ada yang bertugas mengangkat ikan dari jaring.

Disamping tugas-tugas yang sudah diberikan pada setiap ABK, juga semua ABK diwajibkan menjaga dan memperbaiki terhadap setiap kerusakan jaring yang ada di atas kapal selama operasi penangkapan berlangsung. Selain itu sewaktu proses penangkapan ikan berjalan, semua tenaga kerja bekerja sama tanpa melihat status atau jabatan masing-masing.

Hasil Tangkapan Soma Pajeko dan Pendapatan nelayan pemilik

Hasil tangkapan nelayan tidak dapat diprediksi, adakalanya mendapatkan hasil tangkapan yang banyak dan adakalanya hasil tangkapannya sedikit. Hasil tangkapan

nelayan pemilik Soma Pajeko di Desa Tumbak diambil rata-rata hasil tangkapan tiap trip, dengan menjumlahkan hasil tangkapan paling banyak dan paling sedikit kemudian dibagi 2. Nelayan rata-rata dalam satu minggu 5 kali melaut menangkap ikan dan dalam satu bulan dihitung 4 minggu efektifnya melaut. Satu tahun hanya dihitung 10 bulan nelayan melaut karena pada saat cuaca tidak bersahabat seperti angin kencang, ombak besar atau hujan lebat maka nelayan memilih tidak pergi melaut. Jenis ikan hasil tangkapan dan harga jual per kilo dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jenis ikan hasil tangkapan

No.	Jenis ikan	Nama Ilmiah	Harga/kg (Rp)
1	Layang	<i>Decapterus spp</i>	8.000
2	Tongkol	<i>Euthynnus affinis</i>	10.000
3	Selar	<i>Atule Mate</i>	15.000
Jumlah			33.000
Rata – rata			11.000

Sumber: Data Primer (2024)

Ikan hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko biasanya adalah ikan Layang (*Decapterus spp*), ikan Tongkol (*Euthynnus affinis*), ikan Selar (*Atule Mate*). Hargajual ikan layang rata-rata per kg adalah Rp8.000, sedangkan ikan tongkol Rp10.000 per kg dan ikan selar Rp15.000 per kg, sehingga kalau di rata-ratakan harga penjualan ikan hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko adalah Rp11.000 per kg.

Pendapatan usaha penangkapan ikan menggunakan soma pajeko adalah hasil penjualan dari tangkapan nelayan. Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua responden nelayan pemilik soma pajeko diketahui bahwa hasil tangkapan Responden 1 paling banyak adalah 1.600 kg dan paling sedikit adalah 400 kg, sehingga rata-rata per trip adalah 1.000 kg. Responden 2 paling banyak 1.200 kg dan paling sedikit sama yaitu 400 kg sehingga Responden 2 rata-rata hasil tangkapannya adalah 800 kg. Rata-rata hasil tangkapan mereka dijual dengan hargayang sama yaitu Rp11.000,- per kg. Agar jebih jelasnya hasil tangkapan dan pendapatan nelayan soma pajeko dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Tangkapan dan Pendapatan Responden

No.	Hasil Tangkapan	Produksi (kg)		Pendapatan (Rp)	
		R1	R2	R1	R2
1	1 trip	1.000	800	11.000.000	8.800.000
2	1 minggu	5.000	4.000	55.000.000	44.750.000
3	1 bulan	20.000	16.000	220.000.000	176.000.000
4	1 tahun	200.000	160.000	2.200.000.000	1.760.000.000

Sumber: Data Primer diolah, Oktober 2019

Pada Tabel 7 dapat dilihat jumlah hasil tangkapan dan pendapatan nelayan soma pajeko per trip, per minggu, per bulan dan per tahun. Satu minggu nelayan rata-rata 5 kali melaut untuk menangkap ikan. Dua hari libur digunakan untuk ibadah dan memperbaiki jaring yang rusak dan merawat perahu. Satu bulan dihitung 4 minggu mereka melakukan operasi penangkapan dan dalam satu tahun dihitung hanya 10 bulan melakukan operasi penangkapan.

Pada Tabel 7 juga terlihat bahwa hasil tangkapan nelayan Responen 1 lebih besar dari hasil tangkapan nelayan Responden 2, karena perahu dan jaringnya memang lebih besar dari Responden 2 serta jumlah ABK nya juga lebih banyak. Hasil penjualan atau pendapatan usaha penangkapan ikan menggunakan soma pajeko diketahui untuk responden 1 sebesar Rp2.200.000.000 per tahun dan Responden 2 adalah Rp1.760.000.000 per tahun. Hasil pendapatan ini nantinya akan dibagi 3 bagian, yaitu bagian pemilik soma pajeko dan bagian pemilik perahulampu serta bagian ABK.

Sistem bagi hasil utuk nelayan soma pajeko yang berada di Desa Tumbak sama, yaitu seluruh hasil penjualan dikurangi biaya operasional atau biaya variable baru dibagi 3 bagian. Hasil penjualan sesudah dikurangi biaya operasional kemudian dibagi 3, yaitu 40% utk pemilik soma pajeko dan bagian utk perahu lampu dan ABK masing-masing 30%. Bagian ABK yg 30% harus dibagi lagi sebanyak ABK yg ada

Pemasaran Hasil Tangkapan Soma Pajeko

Pemasaran hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko di Desa Tumbak hanya dijual kepada pedagang perantara yang berada di Desa Tumbak saja. Responden nelayan pemilik Soma Pajeko yang juga berprofesi sebagai pedagang perantara, selain menjual ikan hasil tangkapannya sendiri dia juga suka membeli ikan hasil tangkapan orang lain yang berada di desa tetangga. Pedagang perantara itu kemudian menjual kepada para pedagang pengecer yang ada di beberapa pasar. Jenis ikan yang dipasarkan adalah ikan Layang/Malalugis (*Decapterus macarellus*), ikan Tongkol/Deho (*Euthynnus affinis*) dan ikan Selar/Tude.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 saluran pemasaran hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko yang ada di Desa Tumbak. Pengumpulan data yang diperoleh dengan cara penelusuran saluran pemasaran ikan mulai dari nelayan sampai pada pedagang dan konsumen melalui metode snowball sampling.

Saluran I

Pada saluran I, nelayan menjual ikan hasil tangkapan ke pedagang perantara, kemudian dari pedagang perantara dijual kepada pedagang pengecer. Pedagang perantara ini biasanya membeli ikan secara langsung dari nelayan di dermaga, pedagang perantara akan melakukan tawar-menawar untuk mendapatkan harga yang sesuai. Pedagang perantara kemudian menjual ikan yang dibeli dari nelayan kepada pedagang pengecer yang berada di beberapa pasar yang ada yakni, pasar langowan, pasar Tondano, Pasar Beriman Tomohon dan Pasar Bersehati Manado. Biasanya pedagang pengecer telah melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada pedagang perantara.

Saluran II

Pada saluran II, nelayan menjual ikan hasil tangkapan kepada pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer menjual ikan kepada konsumen. Konsumen yang berada pada saluran ini adalah masyarakat yang tinggal di desa sekitar seperti Desa Tetengesan, Desa Minanga dan Desa Wioi. Pembelian ikan dilakukan secara langsung oleh pedagang kepada nelayan di dermaga kapal selesai melaut, pada proses ini akan terjadi tawar-menawar harga hingga mendapatkan kesepakatan harga guna mendapatkan keuntungan. Pedagang pengecer menjual ikan kepada konsumen dengan cara berkeliling menggunakan mobil dan sepeda motor.

Biaya

Biaya merupakan komponen yang sangat penting dalam suatu usaha, karena besar kecilnya biaya yang dikeluarkan akan sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang akan diperoleh. Jenis biaya dan besaran biaya yang dikeluarkan setiap pelaku pasar berbeda-beda, biaya produksi penangkapan ikan yang dikeluarkan nelayan akan sangat berbeda dengan biaya yang dikeluarkan oleh pedang, baik pedagang perantara maupun pedagang pengecer

Biaya di tingkat Nelayan

Setiap usaha baik usaha kecil maupun besar tidak akan pernah lepas dengan biaya, begitu juga dengan usaha nelayan Soma Pajeko. Biaya adalah suatu besaran atau nilai yang dikeluarkan dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk atau produksi sampai dengan pemasarannya. Biaya terbagi menjadi biaya investasi, biaya tetap dan biaya tidak tetap atau biaya variabel.

Biaya investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang (Fahmi, 2021). Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tetap selama periode waktu tertentu dan tidak bergantung pada volume produksi (Waileruny dkk, 2015). Biaya tetap dalam usaha soma merupakan biaya yang dikeluarkan untuk penyusutan dan perawatan barang-barang investasi. Biaya tidak tetap (*variabel cost*) merupakan biaya yang jumlah berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas usaha (Mulyadi, 2021).

Investasi

Biaya investasi ialah biaya yang dikeluarkan untuk membeli barang-barang modal atau merupakan penanaman modal untuk satu atau lebih barang investasi yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang. Setiap usaha mempunyai kebutuhan barang-barang investasi yang berbeda-beda tergantung pada usaha yang dijalankan, demikian juga usaha penangkapan ikan yang menggunakan soma pajeko. Agar lebih jelasnya biaya investasi yang dikeluarkan dalam usaha penangkapan ikan menggunakan soma pajeko, kedua responden dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Biaya Investasi Usaha Soma Pajeko

No	Biaya	R1	R2	Rata-Rata
1	perahu	137.500.000	125.000.000	131.250.000
2	Mesin	50.000.000	50.000.000	50.000.000
3	Jaring	107.000.000	90.000.000	98.500.000
4	Coolbox	2.250.000	2.250.000	2.250.000
Jumlah		296.750.000	267.250.000	282.000.000

Sumber: Data primer diolah (2024)

Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa rata-rata biaya investasi dari 2 responden berjumlah Rp282.000.000, rata-rata untuk biaya pembelian perahu sebesar Rp131.250.000, rata-rata untuk pembelian mesin adalah Rp50.000.000, dan rata-rata untuk pembelian jaring sebesar Rp98.500.000, serta rata-rata untuk pembelian Coolbox adalah sebesar Rp2.250.000. Disini terlihat biaya investasi terbesar adalah untuk pembelian perahu dan yang paling kecil untuk pembelian Coolbox.

Pada Tabel 8 juga terlihat bahwa biaya investasi nelayan responden 1 dan nelayan responden 2 berbeda. Nelayan responden 1 biaya investasinya lebih besar dari pada nelayan responden 2, hal ini dikarenakan ukuran perahu dan jaring yang digunakan oleh nelayan responden 1 lebih besar dari pada yang digunakan nelayan responden 2.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap, tidak dipengaruhi oleh perubahan tingkat kegiatan dalam menghasilkan keluaran atau produk di dalam interval tertentu. Biaya

tetap pada usaha menggunakan alat tangkap soma pajeko merupakan biaya penyusutan dan perawatan dari barang-barang investasi seperti perahu, jaring, mesin, dan *Coolbox*. Agar lebih jelasnya biaya tetap pada usaha penangkapan ikan dengan soma pajeko dapat dilihat pada Tabel 9 dan 10 berikut ini.

Tabel 9. Biaya Tetap

No	BiayaTetap	Rata-rata R1		Rata-rata R2	
		Perawatan(Rp)	Penyusutan(Rp)	Perawatan(Rp)	Penyusutan(Rp)
1	perahul	4.500.000	13.750.000	3.500.000	12.500.000
2	Mesin	4.650.000	8.250.000	4.650.000	8.250.000
3	Jaring	13.800.000	26.875.000	10.000.000	15.500.000
4	<i>Coolbox</i>	-	562.500		562.500
Jumlah		22.950.000	49.437.500	18.150.000	36.812.500

Jumlah BiayaTetap	72.387.500	54.962.500
Rata-Rata BiayaTetap per tahun	63.675.000	
Rata-Rata BiayaTetap per bulan	5.306.250	
Rata-Rata BiayaTetap per hari	176.875	

Sumber: Data primer diolah (2024)

Pada Tabel 9 cara menghitung biaya penyusutan barang investasi adalah dengan membagi harga masing-masing barang investasi dengan umur ekonomisnya, umur ekonomis barang-barang investasi kedua responden nelayan rata-rata sama. Umur ekonomis kapal adalah 10 tahun atau biaya penyusutan 10% per tahun dari harga beli., umur ekonomis mesin sekitar 6 tahun atau biaya penyusutan 16,7% per tahun dari harga beli.dan umur ekonomis jaring dan *cool box* sama yaitu 4 tahun atau biaya penyusutan 25% per tahun dari harga beli. Biaya perawatan perahu dan jarring berbeda antara nelayan responden 1 dan nelayan responden 2 berbeda karena ukuran jarring dan perahunya juga berbeda. Namun untuk perawatan mesin sama dan *Coolbox* tidak memerlukan biaya perawatan. Jumlah Biaya tetap Nelayan responden 1 adalah Rp72.387.500 dan nelayan responden 2 adalah Rp54.962.500, sehingga rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan nelayan pemilik soma pajeko per tahun sebesar Rp63.675.000. Rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan nelayan pemilik soma pajeko per bulan sebesar Rp5.306.250, per hari Rp176.875.

Biaya Tidak Tetap

Biaya tidak tetap atau *Variable Cost* adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya sesuai dengan perubahan tingkat kegiatan dalam menghasilkan keluaran atau produk di dalam interval tertentu. Biaya tidak tetap pada usaha soma pajeko dapat dilihat pada Tabel 10

Tabel 10. Biaya Tidak Tetap

No	Uraian	Jumlah	Biaya	Jumlah trip/hari(Rp)	Jumlah /minggu(Rp)	Jumlah /bulan(Rp)	Jumlah /tahun(Rp)
1	Bahan Bakar Minyak (Liter)	90	10.000	900.000	4.500.000	18.000.000	180.000.000

2	Es batu (Balok)	10	25.000	250.000	1.250.000	5.000.000	50.000.000
3	Air isiulang (gallon)	2	10.000	20.000	100.000	400.000	4.000.000
Total				1.170.000	5.850.000	23.400.000	234.000.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 10 dapat dilihat bahwa biaya tidak tetap atau biaya variabel yang dikeluarkan oleh nelayan pemilik soma pajeko dalam operasi penangkapan ikan hanyalah biaya untuk membeli bensin dan es balok seta air isi ulang . Rata-rata BBM yg digunakan dalam setiap kali melaut adalah 90 liter dengan harga per liter adalah Rp10.000, dan es balok yang dibawa nelayan sebanyak 10 balok dengan harga per balok Rp25.000 serta air isi ulang untuk minum sebanyak 2 galon dengan harga pe gallon Rp10.000. ABK membawa sendiri bekal kebutuhan lain seperti makanan, cemilan ataupun rokok karena operasi penangkapan dengan alat tangkapsoma pajeko merupakan operasi penangkapan harian atau *one day fishing* karena setiap hari pulang kedaratan.

Pada Tabel 10 terlihat bahwa jumlah biaya operasional atau biaya tidak tetapyang dikeluarkan nelayan pemilik soma pajeko per trip adalah Rp1.170.000, dan per minggu 5 trip sehingga biayanya sebesar Rp5.850.000. Satu bulan beroperasi 4 minggu atau 20 trip sehingga biayanya sebesar Rp 23.400.000 dan dalam satu tahun hanya 10 bulan operasi penangkapan sehingga biaya tidak tetap yang dikeluarkan sebesar Rp 234.000.000. Biaya ini yang akan dikurangkan dari hasil penjualan sebelum dibagi menjadi 3 bagian yaitu pemilik soma pajeko 40% dan pemilik perahu lampu 30% serta upah ABK 30%

Upah ABK dan Perahu Lampu

Penangkapan ikan menggunakan soma pajeko tidak bisa dilakukan sendiri karena harus bekerja sama dengan ABK dan perahu lampu. Berdasarkan Tabel 7 diketahui hasil penjualan nelayan responden 1 dan 2 serta dari Tabel 10 diketahui jumlah biaya tidak tetap yang dikeluarkan nelayan responden, karena kedua nelayanresponden mempunyai biaya pengeluaran operasional yang sama Berdasarkankedua tabel tersebut dapat dihitung bagian pendapatan dari nelayan soma pajeko, upah ABK dan upah pemilik perahu lampu seperti terlihat pada tabel 11.

Tabel 11. Upah ABK dan Pemilik Perahu Lampu per trip

No	H. Penjualan	B. tidakTetap	Pendapatanbersih	Soma Pajeko (40%)	ABK(30%)	PerahuLampu (30%)
R1	11.000.000	1.170.000	9.830.000	3.932.000	2.949.000	2.949.000
R2	8.800.000	1.170.000	7.630.000	3.052.000	2.289.000	2.289.000
	19.800.000	2.340.000	17.460.000	6.984.000	5.238.000	5.238.000
	9.900.000	1.170.000	8.730.000	3.492.000	2.619.000	2.619.000

Sumber: Data primer diolah (2024)

Pada Tabel 11 terlihat jumlah atau bagian pendapatan dari nelayan pemilik soma pajeko yang 40% dan bagian pendapatan dari nelayan pemilik perahu lampuyang 30% serta upah ABK yang sama dengan bagian pemilik perahu lampu. BagianABK ini bukan dibagi banyaknya ABK yang ada dalam perahu, kalau responden 1dibagi 15 orang, tapi kalau responden 2 hanya dibagi 10 orang. Bagian upah untukABK dan upah perahu lampu ini merupakan biaya variable atau biaya tidak tetap bagi pemilik soma pajeko karena besarnya berubah-ubag sesuai banyaknya hasil tangkapan. Hal ini dikarenakan upah ABK dan perahu lampu menggunakan systembagi hasil.

Total Biaya usaha Soma Pajeko per Trip

Total biaya usaha soma pajeko yang dikeluarkan per trip adalah penjumlahan dari biaya tetap per trip dan biaya tidak tetap per trip serta upah ABK dan Perahu lampu per trip. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Total Biaya usaha Soma Pajeko per Trip dan per Kg

No	Biaya	Besarnya per trip (Rp)	Besarnya per Kg (Rp)
1	Biaya tetap	176.875	200
2	Biaya tidak tetap	1.170.000	1.300
3	Upah ABK	2.619.000	2.910
4	Upah Perahu Lampu	2.619.000	2.910
	Total Biaya	6.673.313	7.320

Sumber: Data Primer diolah

Pada Tabel 12 terlihat bahwa total biaya yang dikeluarkan nelayan soma pajeko per trip adalah Rp6.673.313, karena hasil rata-rata nelayan soma pajeko adalah 900 kg per trip, maka rata-rata biaya yang dikeluarkan per kg adalah Rp7.320. Hasil tangkapan nelayan dijual per kg seharga Rp11.000 sehingga pendapatan bersih nelayan pemilik soma pajeko per kg adalah sebesar Rp3.680.

Biaya di tingkat Pedagang Perantara

Pedagang perantara rata-rata per hari menjual ikan sebanyak 500 kg dan dijual dengan harga Rp16.000 ke pedagang pengecer. Biaya yang dikeluarkan di tingkat pedagang perantara bervariasi tergantung pada biaya tetap, dan biaya tidak tetap yang dikeluarkan masing-masing pedagang perantara..

Biaya Investasi

Pada umumnya biaya investasi yang dikeluarkan pedagang perantara berupa biaya untuk pembelian mobil *open cup* dan pembelian *Coolbox*. Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua responden pedagang perantara yang salah satunya juga merupakan nelayan responden 2, keduanya mempunyai mobil sebagai alat transportasi untuk memasarkan ikan.. Agar lebih jelasnya biaya investasi pedagang perantara dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Biaya Investasi

No	Responden	Mobil	Cool Box	Total
		(Rp)		
1	R2	90.000.000	2.250.000	92.250.000
2	R3	150.000.000	2.500.000	152.500.000
	Jumlah	240.000.000	4.750.000	244.750.000
	Rata-rata	120.000.000	2.375.000	122.375.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 13 menunjukkan bahwa rata-rata biaya investasi dari 2 responden berjumlah Rp 122.250.000 yang merupakan biaya pembelian mobil dan *Coolbox*.

Biaya Tetap

Biaya tetap yang dikeluarkan pedagang perantara yaitu biaya perawatan mobil dan biaya penyusutan mobil dan *Coolbox*. Biaya tetap yang dikeluarkan pedagang perantara hasil tangkapan soma pajeko dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Biaya Tetap

	Mobil	Coolbox	Total

No	Responden	Perawatan	Penyusutan(10 tahun)	Penyusutan(4 tahun)	
1	R2	3.000.000	9.000.000	500.000	12.500.000
2	R3	4.800.000	15.000.000	625.000	20.425.000
Jumlah		7.800.000	24.000.000	1.125.000	32.925.000
Rata-rata per thn		3.900.000	12.000.000	562.500	16.462.500
Rata-rata per bulan		325.000	1.000.000	46.875	1.371.875
Rata-rata per hari		10.833	33.333	1.563	45.729

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Tabel 14 menunjukkan bahwa pada biaya penyusutan barang dihitung dengan membagi harga masing-masing barang investasi dengan umur ekonomisnya. Umur ekonomis mobil adalah 10 tahun sehingga biaya penyusutannya sebesar 10% per tahun dari harga beli mobil. Umur ekonomis *Coolbox* yaitu 4 tahun dengan biaya penyusutan 25% per tahun dari harga beli. Rata-rata pada biaya perawatan mobil diketahui berjumlah sebesar Rp 3.900.000 dan rata-rata biaya penyusutan mobil sebesar Rp 7.000.000 dan rata-rata jumlah penyusutan *Coolbox* sebesar Rp 562.500, sehingga total biaya tetap yang dikeluarkan pedagang perantara per tahun yaitu sebesar Rp 16.462.500. total biaya tetap yang dikeluarkan pedagang perantara per bulan yaitu sebesar Rp 1.371.875 dan total biaya tetap yang dikeluarkan pedagang perantara per hari yaitu sebesar Rp 45.729.

Biaya tidak tetap

Biaya tidak tetap atau biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang perantara dalam memasarkan ikan berupa biaya BBM dan Es Batu serta biaya makan dan rokok. Rata-rata pedagang perantara pengeluaran per harinya sama yaitu untuk BBM sebanyak 15 liter per hari dan es sebanyak 5 balok dan rokok 1 bungkus serta satu kali makan. Agar lebih jelasnya biaya tidak tetap yang dikeluarkan pedagang perantara setiap harinya dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15 Biaya Tidak Tetap

No	Uraian	Jumlah per /hari	Biaya	Jumlah/hari(Rp)
1	BBM (Liter)	15	10.000	150.000
2	Es batu (Balok)	5	25.000	125.000
3	Rokok (Bungkus)	1	16.000	16.000
4	Makan (Porsi)	1	30.000	30.000
Total				321.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 15 dapat dilihat bahwa biaya tidak tetap atau biaya variabel untuk bahan bakar minyak per hari sebesar Rp 150.000, es batu per hari Rp 125.000, rokok per hari Rp 16.000 dan makan per hari Rp 30.000. Total biaya tidak tetap yang dikeluarkan setiap hari kalau memasarkan ikan adalah sebesar Rp 321.000-.

Pedagang perantara setiap harinya menjual ikan rata-rata sebanyak 500 kg dengan harga jual per kg Rp 16.000. Dengan demikian biaya pemasaran per kg adalah Rp 321.000 dibagi 500 sehingga diperoleh biaya pemasaran per kg di tingkat pedagang perantara adalah Rp 642. Biaya tetap per hari yang dikeluarkan pedagang perantara adalah Rp 45.729 sehingga per kg adalah Rp 91 dan pokok pembelian ikan per kg adalah Rp 11.000 sehingga modal per kg untuk penjualan ikan adalah $Rp 11.000 + Rp 91 + Rp 642 = Rp 11.733$. Dengan

demikian Keuntungan yang diperoleh pedagang perantara per kg nya adalah sebesar Rp16.000 - Rp11.733 = Rp4.267. Total keuntungan pedagang perantara setiap harinya adalah $500 \times \text{Rp}4.267 = \text{Rp}2.133.500$.

Biaya di Tingkat Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer rata-rata menjual ikan sebanyak 250 kg dan dijual dengan harga Rp21.000 per kg. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer juga sama dengan yang dikeluarkan oleh pedagang perantara, yaitu terdiri dari biaya investasi, biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya investasi merupakan biaya untuk pembelian kendaraan bermotor, baik itu mobil atau motor dan Coolbox. Biaya tetap kendaraan bermotor dan penyusutan Coolbox karena Coolbox tidak ada biaya perawatan. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan pedagang pengecer yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan ikan setiap harinya, yaitu biaya BBM, es dan makanserta rokok bagi yang merokok.

Biaya Investasi

Barang investasi yang digunakan pedagang pengecer adalah mobil atau motor dan Coolbox. Biaya investasi pedagang pengecer dapat dilihat pada tabel 14

Tabel 14 Biaya Investasi

No	Responden	Mobil/Motor	Cool Box	Total
		(Rp)		
1	R4	15.000.000	500.000	15.500.000
2	R5	150.000.000	1.000.000	151.000.000
3	R6	140.000.000	1.000.000	141.000.000
4	R7	100.000.000	1.000.000	101.000.000
5	R8	150.000.000	1.000.000	151.000.000
6	R9	150.000.000	800.000	150.800.000
7	R10	200.000.000	1.200.000	201.200.000
8	R11	90.000.000	1.000.000	91.000.000
9	R12	17.000.000	-	17.000.000
10	R13	200.000.000	800.000	200.800.000
Jumlah		1.112.000.000	8.300.000	1.120.300.000
Rata-rata per tahun		111.200.000	830.000	112.030.000

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Tabel 14 menunjukkan bahwa rata-rata biaya investasi dari 10 responden berjumlah Rp 112.030.000 untuk biaya pembelian mobil dan motor serta Coolbox. Biaya investasi itu digunakan untuk biaya pembelian mobil atau motor sebesar Rp111.200.000, dan biaya pembelian Coolbox sebesar Rp830.000.

Biaya Tetap

Biaya tetap pada pedagang pengecer yaitu biaya perawatan dan biaya penyusutan dari mobil atau motor dan Coolbox. Biaya tetap yang dikeluarkan pada pedagang pengecer dapat dilihat pada Tabel 15. Pada tabel 15 untuk menghitung biaya penyusutan barang investasi yaitu dengan cara membagi harga masing-masing barang investasi dengan umur ekonomisnya. Umur ekonomis mobil adalah 10 tahun sehingga biaya penyusutannya sebesar 10% per tahun dari harga beli mobil. Sedangkan umur ekonomis motor adalah 4 tahun sehingga penyusutannya 25% per tahun. Umur ekonomis cool box yaitu 4 tahun dengan biaya penyusutan 25% per tahun dari harga beli.

Tabel 15 Biaya Tetap

No	Responden	Mobil/Motor		Coolbox	Total Biaya Tetap
		Perawatan	Penyusutan mobil(10 tahun) dan motor (4 tahun)	Penyusutan(4 tahun)	
1	R4	1.500.000	3.750.000	125.000	5.375.000
2	R5	4.000.000	15.000.000	250.000	19.250.000
3	R6	4.500.000	14.000.000	250.000	18.750.000
4	R7	3.500.000	10.000.000	250.000	13.750.000
5	R8	4.500.000	15.000.000	250.000	19.750.000
6	R9	4.000.000	15.000.000	200.000	19.200.000
7	R10	5.000.000	20.000.000	300.000	25.300.000
8	R11	3.500.000	9.000.000	250.000	12.750.000
9	R12	1.500.000	4.250.000	-	5.750.000
10	R13	4.500.000	20.000.000	200.000	24.700.000
Jumlah		36.500.000	126.000.000	2.075.000	164.575.000
Rata-rata/tahun		3.650.000	12.600.000	207.500	16.457.500
Rata-rata/Bulan		304.167	1.050.000	17.292	1.371.458
Rata-rata/hari		15.208	35.000	576	45.715

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Tabel 15 menunjukkan bahwa rata-rata biaya perawatan mobil atau motor diketahui berjumlah sebesar Rp 3.650.000 per tahun dan rata-rata biayapenyusutannya sebesar Rp 12.600.000 per tahun, sedangkan rata-rata jumlah penyusutan *Coolbox* sebesar Rp 207.500 per tahun sehingga diperoleh total biaya tetap sebesar Rp 16.457.500 per tahun. Biaya perawatan dan penyusutan per tahun atau total biaya tetap per tahun dibagi 12 sehingga akan memperoleh biaya tetap per bulan dan biaya tetap per bulan di bagi 30 akan diperoleh biaya tetap per hari. Biaya tetap per hari ini dibagi dengan volume atau jumlah ikan yang dijual per hari sehingga akan diperoleh rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan per kg ikan yang dijual.

Biaya tidak tetap

Biaya tidak tetap yang dikeluarkan pedagang pengecer yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan ikan setiap harinya, yaitu biaya BBM, es dan makanserta rokok bagi yang merokok.

Tabel 16 Biaya Tidak Tetap

No	Uraian	Jumlah /hari	Biaya	Jumlah /hari(Rp)
1	BBM (Liter)	10	10.000	100.000
2	Es batu (Balok)	2	25.000	50.000
3	Rokok(Bungkus)	1	16.000	16.000
4	Makan(Porsi)	1	30.000	30.000
Total				196.000

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Tabel 16 menunjukkan bahwa biaya tidak tetap atau biaya variabel untuk bahan bakar minyak per hari sebesar Rp100.000, es batu per hari Rp 50.000, rokokper hari 16.000 dan nasi satu porsi per hari Rp 30.000. Total biaya pemasaran atau biaya tidak tetap yang dikeluarkan setiap harinya adalah sebesar Rp196.000.

Pedagang pengecer setiap harinya menjual ikan rata-rata sebanyak 250 kg dengan harga jual per kg Rp21.000. Dengan demikian biaya pemasaran per kg adalah Rp196.000 dibagi 250 sehingga diperoleh biaya pemasaran per kg di tingkatpedagang pengecer adalah Rp784. Biaya tetap per hari yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah Rp45.715

sehingga per kg adalah Rp182 dan pokok pembelian ikan per kg adalah Rp16.000 sehingga modal per kg untuk penjualan ikan bagi pedagang pengecer adalah $Rp16.000 + Rp784 + Rp182 = Rp 16.966$. Dengan demikian Keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer per kg nya adalah sebesar $Rp21.000 - Rp16.966 = Rp4.034$. Total keuntungan pedagang pengecer setiap harinya adalah $250 \times Rp4.034 = Rp1.008.500$.

Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen (Saefudin dan Hanafiah *dalam* Suhaeni dkk., 2020). Perhitungan analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui perbedaan harga per satuan tingkat produsen atau tingkat konsumen yang terjadi pada rantai pemasaran (Sudiyono 2001). Margin pemasaran juga dapat diperoleh dengan menjumlahkan biaya pemasaran dan keuntungan setiap lembaga yang terlibat dalam pemasaran. Namun sebelumnya harus diketahui dulu saluran pemasaran yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 saluran pemasaran hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko yang ada di Desa Tumbak. Pengumpulan data yang diperoleh dengan cara penelusuran saluran pemasaran ikan mulai dari nelayan sampai pada pedagang dan konsumen melalui metode snowball sampling.

Saluran I

Pada saluran I, nelayan soma pajeko menjual ikan hasil tangkapan ke pedagang perantara, kemudian dari pedagang perantara dijual kepada pedagang pengecer. Pedagang perantara ini biasanya membeli ikan secara langsung dari nelayan di dermaga, pedagang perantara akan melakukan tawar-menawar untuk mendapatkan harga yang sesuai. Pedagang perantara kemudian menjual ikan yang dibeli dari nelayan kepada pedagang pengecer .

Saluran II

Pada saluran II, nelayan menjual ikan hasil tangkapan kepada pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer menjual ikan kepada konsumen. Konsumen yang berada pada saluran ini adalah masyarakat yang tinggal di desa sekitar seperti Desa Tetengesan, Desa Minanga dan Desa Wioi. Pembelian ikan dilakukan secara langsung oleh pedagang pengecer kepada nelayan di dermaga kapal setelah melaut, pada proses ini akan terjadi tawar-menawar harga hingga mendapatkan kesepakatan harga guna mendapatkan keuntungan. Pedagang pengecer menjual ikan kepada konsumen dengan cara berkeliling menggunakan mobil atau sepeda motor.

Saluran Pemasaran 2

Berdasarkan hasil analisis margin yang dilakukan pada kedua saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan soma pajeko di Desa Tumbak diketahui bahwa margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran itu sama yaitu $Rp10.000$ atau $(10.000 : 21.000) \times 100\% = 47,62\%$. Margin pemasaran ini dinikmati oleh pedagang, baik pedagang perantara maupun pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran II semua margin dinikmati oleh pedagang pengecer.

Dapat disimpulkan disini bahwa panjang pendeknya saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan di Desa Tumbak tidak mempengaruhi tingkat pendapatan nelayan,

namun sangat berpengaruh terhadap para pedagang. Semakin pendek saluran pemasaran semakin menguntungkan bagi pedagang pengecer, namun beda harga yang diterima nelayan dan yang dibayarkan konsumen tetap sama yaitu Rp10.000.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran hasil tangkapan nelayan Soma Pajeko di Desa Tumbak hanya ada dua saluran pemasaran yaitu: dari nelayan ke pedagang perantara ke pedagang pengecer terakhir ke konsumen; dari nelayan ke pedagang pengecer langsung ke konsumen. Hasil analisis margin yang dilakukan pada kedua saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan soma pajeko di Desa Tumbak diketahui bahwa margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran itu sama yaitu Rp10.000 atau 47,62%. Panjang pendeknya saluran pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan di Desa Tumbak tidak mempengaruhi tingkat pendapatan nelayan, namun sangat berpengaruh terhadap keuntungan para pedagang. Semakin pendek saluran pemasaran semakin menguntungkan bagi pedagang pengecer, namun margin atau beda harga yang diterima nelayan dengan yang dibayarkan konsumen tetap sama yaitu Rp10.000.

Daftar Pustaka

- Anindita, R. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran Hasil Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Unibraw
- Arifayani Rachman., Muis Hasibuan. (2015). *Pemasaran Konsep dan Aplikasi* (Vol. C.02/11). Kampus IPB Taman Kencana Bogor: IPB Kencana.
- Dahuri, R. 2001. *Pengelolaan Sumber Daya Wilayah Pesisir dan Lautan secara Terpadu*.
- Fahmi, I. 2021. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hanafiah AM dan AM Saefudin. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Indrasari, Methiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Penerbit: Unitomo Press.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran, Jilid Satu, Edisi Milenium*, Penerbit: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit: Erlangga.
- Mubyarto. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Mulyadi, 2021. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi, S., 2005. *Ekonomi Sumberdaya Manusia*. Penerbit: Raja Grafindo Persada.
- Mulyono. 2011. *Bahan Ajar Alat Tangkap*. Blai Pendidikan dan Pelatihan Aertembaga
- Mursid, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta bekerja sama dengan Pusat Antar Universitas, Studi Ekonomi Universitas Indonesia,
- Oentoro, D. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit: Laksabang Pressindo.
- Pearce dan Robinson, 2008. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Penerbit: Salemba Empat
- Subri, M. 2005. *Ekonomi Kelautan*, Penerbit: Raja Grafindo Persada
- Sudana, Wayan. 2019. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi. Fungsional APHP Madya. Dinas Kelautan Dan Perikanan Provinsi Bali*.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit: CV. Alfabeta
- Suhaeni, S., Srie J Sondakh., Olie V Kotambunan. (2020). *Analisis Margin Pemasaran Ikan Julung-Julung (Hyporhamphus affinis), Di Desa Kinabuhutan Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara*. *Riset Dasar Unggulan Unsrat*.

- Supriadi Dedi., Aman Saputra., Adnal Yeka., Heriyanto. 2021. Produksi dan Komposisi Hasil Tangkapan *Purse seine* Waring di Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Bondet Kabupaten Cirebon. *Jurnal Akuatek*.
- Tatang, S. 2014. Mengenal Alat Tangkap *Purse Seine* (Pukat Cincin). Undang-Undang Perikanan No. 45 tahun 2009 Tentang Perikanan.
- Waileruny, W. dan Matruty, D. J. 2015. Analisis Finansial Usaha Penangkapan Ikan Cakalang dengan Alat Tangkap Pole Hand Line di Maluku-Indonesia: Jurnal.
- Wilardjo, S. 2010. *The State of the Art Marketing*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Zulkifli, 2002. *Ekonomi Industri*. Penerbit: Ghalia Indonesia.