

## Kajian Ekonomi dan Pemasaran Hasil Tangkapan Purse Seine di Perairan Teluk Bone, Kabupaten Bone

Economic and Marketing Study of Purse Seine Catch Results in Bone Bay Waters,  
Bone Regency

Yerwin Toga sambolangi<sup>1✉</sup>, Aris Baso<sup>2</sup>, M. Chasyim Hasani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agrobisnis Perikanan Departemen Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agrobisnis Perikanan Departemen Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin

✉Corresponding author: yerwinsambolangi26@gmail.com

### Abstrak

Pemanfaatan sumberdaya hayati laut khususnya ikan, sebagian besar masih dititik beratkan pada kegiatan penangkapan. Salah satu usaha perikanan yang bergerak dibidang penangkapan ikan yang sudah berkembang di Indonesia khususnya di Teluk Bone Sulawesi Selatan adalah usaha pukat cincin (*Purse seine*). Besarnya potensi perikanan di teluk bone mendorong terbentuknya unit usaha penangkapan purse seine di kabupaten Bone dengan jumlah yang cukup banyak. Meskipun demikian, kondisi alam yang tidak menentu menjadikan hasil produksi menjadi tidak tetap sehingga perlu untuk diketahui seberapa besar usaha ini masih layak untuk terus dijalankan. Dalam alur produksi tangkapan *purse seine* ini, aspek pemasaran dan analisis distribusi menjadi bagian yang penting dalam mengetahui efektifitas produksi demi menunjang perekonomian masyarakat. Penelitian dilakukan mulai Oktober hingga November 2020. Dalam penelitian ini pendapatan yang diterima oleh pelaku unit usaha penangkapan purse seine di teluk bone ialah sebesar 1.115.964.357,52/tahun dan menunjukkan bahwa usaha purse seine yang dilakukan oleh nelayan pelaku usaha layak untuk di kembangkan dengan pembagian antara penerimaan dan biaya memiliki nilai lebih dari satu (>1). Berdasarkan aspek Pemasaran nilai efisiensi pemasaran hasil tangkapan purse seine disetiap saluran pemasaran nilainya < 1 yang artinya dapat dikatakan bahwa kedua saluran pemasaran efisien pada masing-masing komoditi ikan.

Kata kunci: purse seine, kelayakan usaha, pendapatan, pemasaran

### Abstract

Harvesting marine biological resources especially fish, is still largely dotted with fishing activities. One of the fishing businesses engaged in fishing that has already developed in Indonesia especially in the South Sulawesi Bone Bay is a ring trawl business (*Purse seine*). The magnitude of the potential of fisheries in the bone bay led to the formation of a large number of purse seine fishing business units in Bone district. However, erratic natural conditions make production yields non-permanent so it is necessary to know how much this business is still feasible to continue. In this purse seine catch production flow, aspects of marketing and distribution analyses are an important part of knowing the effectiveness of production in order to support the economy of society. The research was conducted from October to November 2020. In this study the income received by the purse seine capture business unit in the bone bay was 1,115,964,357.52/year and indicated that the purse seine business carried out by the fishing business actor was feasible to develop by the division between receipts and costs has a value of more than one (>1). Based on the Marketing aspect the value of marketing efficiency of purse seine catches is set according to the marketing channel value <1 which means it can be said that both channels are efficient marketing on each fish commodity.

Keywords: purse seine, business feasibility, income, marketing

## Pendahuluan

Potensi perikanan Indonesia mencapai 65 juta ton/tahun dan 57,7 juta ton merupakan potensi perikanan budidaya. Potensi perikanan penangkapan di laut dan perairan umum (air tawar) sebesar 7,3 juta ton yang terdiri dari 6,4 juta ton potensi penangkapan laut dan 0,9 juta ton potensi penangkapan perikanan perairan umum. Perairan Teluk Bone Secara administratif terletak di Propinsi Sulawesi Selatan (di sebelah barat dan utara) dan Propinsi Sulawesi Tenggara (di sebelah timur). Pemanfaatan sumberdaya hayati laut khususnya ikan, sebagian besar masih dititik beratkan pada kegiatan penangkapan. Salah satu usaha perikanan yang bergerak dibidang penangkapan ikan yang sudah berkembang di Indonesia khususnya di Sulawesi Selatan adalah usaha pukat cincin (Purse seine).

Masyarakat Kabupaten Bone khususnya yang melakukan operasi penangkapan di daerah teluk bone banyak menggunakan purse seine sebagai alat untuk menangkap ikan pelagis karena dinilai dapat memberikan hasil yang lebih besar dibandingkan alat tangkap lain. Usaha penangkapan ikan dengan menggunakan purse seine ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan nelayan sehari-hari, sehingga upaya penangkapan ikan selalu ditingkatkan dengan maksud untuk meningkatkan hasil tangkapan (Kasri et al., 2019). Hal ini dibuktikan dalam data DKP tahun 2018 di Kabupaten Bone bahwa volume tangkapan ikan pelagis khususnya ikan layang menjadi yang terbesar yakni mencapai 19.000 ton. Tapi tentu saja dalam penggunaan alat tangkap purse seine tersebut perlu memperhitungkan biaya dan tenaga yang mengoperasikannya

Pada umumnya nelayan purse seine merupakan usaha penangkapan ikan yang mengandalkan metode , daerah, dan musim penangkapan yang dapat mempengaruhi besar kecilnya produksi. Maka dari itu perlu dilakukan uji kelayakan untuk mengetahui berkembang atau tidaknya usaha tersebut untuk dilanjutkan. Disisi lain, aspek pemasaran juga sangat berperan penting dalam dalam mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Tanpa adanya pemasaran yang baik maka keuntungan yang diperoleh tidak akan maksimal sekalipun produksi yang dilakukan cukup besar

Pernyataan yang mendasar ialah bagaimana alat tangkap purse seine dapat menjadi pilihan yang tepat untuk mendukung perekonomian masyarakat nelayan di Kabupaten Bone? Sehingga untuk mengetahui apakah alat tangkap tersebut memiliki nilai ekonomi yang menunjang pendapatan nelayan.

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai Desember 2020 di Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan, yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Terdapat beberapa cara yang digunakan dalam memperoleh data penelitian diantaranya (1) Wawancara, Metode wawancara yang digunakan adalah metode wawancara sistematis yakni wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu mempersiapkan pedoman (guide) tertulis tentang apa yang

hendak ditanyakan kepada responden (2) Pengamatan (observation), Pengamatan secara langsung (observasi) yaitu memperoleh data pokok dengan terlibat secara langsung peristiwa-peristiwa yang terjadi dilapangan sehingga data dapat diperoleh tanpa harus berkomunikasi dengan responden (3) Dokumentasi, Untuk melengkapi analisis dan memperkuat kesimpulan, seluruh data dan kegiatan-kegiatan dalam penelitian didokumentasikan dalam bentuk gambar. (4) Kuesioner, kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden.

### Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan dalam menjawab tujuan penelitian adalah analisis pendapatan serta analisis kelayakan usaha (jangka pendek). Penelitian ini merupakan usaha untuk mengungkapkan masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga hanya bersifat sebagai pengungkap fakta dan Untuk menjawab pengukuran tingkat kelayan usaha dari penelitian ini dengan menggunakan analisis sebagai berikut : (Soekartawi, 1995).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Unit usaha purse seine menggunakan analisis berikut :
  - a. Untuk memberikan penjelasan mengenai nilai investasi dalam usaha alat tangkap menggunakan analisis :

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana :

TC = Total cost/ Total Biaya (Rp)

TFC = Total Fixed Cost/ Total Biaya Tetap (Rp)

TVC = Total Variabel Cost/ Total Biaya Variabel (Rp)

- b. Untuk mengetahui pendapatan dan penerimaan suatu usaha alat tangkap, menggunakan analisis berikut : (Suriadi, Daniel Itta, 2015)

$$\Pi = TR - TC$$

$$TR = P.Q$$

Dimana :

$\Pi$  = Keuntungan Usaha (Profit)

TR = Penerimaan Total (Total Revenue)

TC = Biaya Total ( Total Cost)

P = Harga Jual

Q = Jumlah Ikan yang Dijual

- c. Untuk mengetahui kelayakan suatu usaha, menggunakan rumus R/C ratio sebagai berikut (Bangun, 2010) :

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Dimana :

TR = Penerimaan Total (Total Revenue)

TC = Biaya Total ( Total Cost)

Apabila nilai R/C rasio lebih kecil dari maka usaha mengalami kerugian, jika R/C rasio lebih besar dar 1 maka usaha disebut mengalami keuntungan . Tetapi, apabila R/C rasio sama dengan 1 maka usaha mencapai titik impas.

2. Untuk aspek pemasaran digunakan analisis sebagai berikut (Hanafiah & Saefuddin, 1983):
- Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat menggunakan rumus :

$$M_p = P_r - P_f$$

Dimana :

$M_p$  : Margin Pemasaran

$P_r$  : Harga di tingkat konsumen (Rp)

$P_f$  : Harga di tingkat produsen (Rp)

- Untuk Mengetahui Biaya Pemasaran dari masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Dimana :

$B_p$  : Biaya pemasaran ikan

$B_{p1}, B_{p2}, B_{p3}..B_{pn}$  : Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran

- Untuk mengetahui besarnya keuntungan dari masing-masing lembaga digunakan rumus :

$$\pi = M - B_p$$

Dimana :

$\pi$  : Keuntungan pemasaran ikan

$M$  : Margin pemasaran tiap lembaga pemasaran ikan

$B_p$  : Biaya Pemasaran ikan

- Untuk mengetahui besarnya efesiensi pemasaran dapat digunakan analisis kuantitatif dengan rumus :

$$EP = \frac{B_p}{H_e} \times 100\%$$

Dimana :

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

$B_p$  = Total Biaya Pemasaran (Rp)

$H_e$  = Harga total (Rp)

Semakin < nilai Ep yang diperoleh berarti semakin efisien rantai pemasaran tersebut (<1 : Efisien, >1 : tidak Efisien)

### 3. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini, yang analitiknya melalui penafsiran dan pemahaman (interpretative understanding) atau verstehen. Pengertian kualitatif di sini bermakna bahwa data yang disajikan berwujud kata-kata ke dalam bentuk teks yang diperluas bukan angka-angka (Miles & Huberman, 1992). Data hasil wawancara dan pengamatan ditulis dalam suatu catatan lapangan yang terinci kemudian dianalisis secara kualitatif.

## Hasil

### Kajian Ekonomi Usaha Unit Penangkapan Purse Seine

Kajian ekonomi usaha purse seine merupakan analisis untuk mencari tahu nilai ekonomi dari berbagai aspek analisis. Adapun analisis yang digunakan pada kajian ekonomi ini sebagai berikut :

#### Investasi

Tabel 1. Nilai rata-rata berdasarkan jenis investasi

No.	Jenis Investasi	Rata Rata (Rp)	Persentase (%)
1	Kapal	392,857,143	59.07%
2	Mesin Mobil	79,047,619	11.88%
3	Mesin Penarik	26,666,666.67	4.01%
4	Mesin Genset	2,571,428.57	0.39%
5	Jangkar	2,857,142.86	0.43%
6	Coolbox	2,500,000.00	0.38%
7	GPS	3,571,428.57	0.54%
8	Rumpon	13,238,095.24	1.99%
9	Lampu	1,200,000.00	0.18%
10	Jaring	75,714,285.71	11.38%
11	Compressor	4,642,857.14	0.70%
12	Chardown (Mesin Pembantu)	60,238,095.24	9.06%
<b>Jumlah</b>		<b>665,104,762</b>	<b>100.00%</b>

#### Biaya Tetap

Tabel 2. Biaya tetap Purse seine

No.	Item	Rata Rata (Rp)	Persentase (%)
1	Kapal	23,571,429	36.25%
2	Mesin Mobil	7,507,937	11.54%
3	Mesin Penarik	2,331,632.65	3.59%
4	Mesin Genset	571,560.85	0.88%
5	Jangkar	433,163.27	0.67%
6	Coolbox	2,500,000.00	3.84%
7	GPS	892,857.14	1.37%
8	Rumpon	12,190,476.19	18.75%
9	Lampu	1,557,142.86	2.39%
10	Jaring	6,738,095.24	10.36%
11	Compressor	960,714.29	1.48%
12	Chardown (Mesin Pembantu)	5,777,777.78	8.88%
<b>Jumlah</b>		<b>65,032,785</b>	<b>100.00%</b>

## Biaya Variabel

Tabel 3. Biaya Variabel Purse seine pertahun

No.	Item	Rata Rata (Rp)	Persentase (%)
1	Bensin	6,574,286	0.98%
2	Solar	247,971,429	36.85%
3	Konsumsi	96,857,142.86	14.40%
4	Air	5,657,142.86	0.84%
5	Upah	266,057,142.86	39.54%
6	Biaya Perawatan	49,714,285.71	7.39%
	<b>Jumlah</b>	<b>672,831,429</b>	<b>100.00%</b>

## Total Biaya (TC)

Tabel 4. Total Biaya Purse seine pertahun

No.	Item	Jumlah Rata Rata (Rp)	Persentase (%)
1	Biaya Tetap	65,032,785	8.81%
2	Biaya Variabel	672,831,429	91.19%
	<b>Jumlah</b>	<b>737,864,214</b>	<b>100.00%</b>

## Penerimaan (TR)

Tabel 5. Rata-rata Penerimaan Unit Usaha Purse seine pertahun

Jenis Ikan	Harga (Rp)	Persentase (%)
Layang	1.471.371.428,57	79,37%
Tongkol	382.457.142,86	20,63%
<b>Jumlah</b>	<b>1.853.828.571,43</b>	<b>100,00%</b>

## Pendapatan (TR-TC)

Tabel 6. Rata-rata Pendapatan Unit Usaha Purse seine pertahun

No	Uraian	Total (Rp)
1	Penerimaan	1.853.828.571,43
2	Total Biaya	737,864,214
	<b>Jumlah</b>	<b>1.115.964.357,52</b>

Tabel 7. R/C ratio Unit Usaha Purse seine pertahun

Penerimaan	Total Biaya (Rp)	R/C ratio
<b>1.853.828.571,43</b>	<b>737,864,214</b>	<b>2.51</b>

**Analisis Aspek Pemasaran Hasil Penangkapan Purse Seine**

Harga Pemasaran

Tabel 8. Harga Ikan Layang Pada Setiap Lembaga Pemasaran

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)
I	Nelayan		3,467	
	Pengecer	3,467	4,000	533
	Konsumen	4,000		
II	Nelayan		3,378	
	Pa'Gandeng	3,378	5,000	1,622
	Konsumen	5,000		

Tabel 9. Tabel 1. Harga Ikan Tongkol Pada Setiap Lembaga Pemasaran

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)
I	Nelayan		12,750	
	Pengecer	12,750	14,000	1,250
	Konsumen	14,000		
II	Nelayan		12,083	
	Pa'Gandeng	12,083	15,000	2,917
	Konsumen	15,000		

**Margin, Biaya, dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Ikan**

Margin Pemasaran

Tabel 10. Margin Pemasaran Pada Setiap Lembaga Pemasaran

Ikan Layang			Ikan Tongkol		
Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Margin (Rp)	Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Margin (Rp)
I	Nelayan		I	Nelayan	
	Pengecer	533		Pengecer	1,250
	Konsumen			Konsumen	
II	Nelayan		II	Nelayan	
	Pa'Gandeng	1,622		Pa'Gandeng	2,917
	Konsumen			Konsumen	

Biaya Pemasaran

Tabel 11. Biaya pemasaran Pada Setiap Lembaga Pemasaran

Ikan Layang			Ikan Tongkol		
Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Biaya (Rp)	Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Biaya (Rp)
I	Nelayan	105	I	Nelayan	538
	Pengecer Konsumen			Pengecer Konsumen	
II	Nelayan	173	II	Nelayan	813
	Pa'Gandeng Konsumen			Pa'Gandeng konsumen	

Keuntungan Lembaga Pemasaran

Tabel 12. Rata-Rata Keuntungan yang diterima Lembaga Pemasaran Ikan layang

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Margin (Rp)	Biaya (Rp)	Keuntungan/ekor (Rp)
I	Nelayan	533	105	428
	Pengecer Konsumen			
II	Nelayan	1,622	173	1,449
	Pa'Gandeng Konsumen			

Tabel 13. Rata-Rata Keuntungan yang diterima Lembaga Pemasaran Ikan tongkol

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Margin (Rp)	Biaya (Rp)	Keuntungan/ekor (Rp)
I	Nelayan	1,250	538	713
	Pengecer Konsumen			
II	Nelayan	2,917	813	2,104
	Pa'Gandeng Konsumen			



## Efisiensi Pemasaran

Tabel 14. Efisiensi Saluran Lembaga Pemasaran Ikan layang

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp)	Biaya (Rp)	Efisiensi
I	Nelayan Pengecer Konsumen	4.000	105	0,03
II	Nelayan Pa'Gandeng konsumen	5.000	173	0,03

Tabel 15. Efisiensi Saluran Lembaga Pemasaran Ikan Tongkol

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp)	Biaya (Rp)	Efisiensi (Rp)
I	Nelayan Pengecer Konsumen	14.000	538	0,04
II	Nelayan Pa'Gandeng Konsumen	15.000	813	0,05

## Pembahasan

### Kajian Ekonomi Usaha Unit Penangkapan Purse seine

Aktivitas Nelayan di Kab. Bone khususnya penangkap ikan di wilayah teluk bone didominasi oleh para penangkap dengan menggunakan purse seine. Jumlah unit usaha Purse seine di Kab. Bone sendiri terdapat lebih dari 200 unit. Wilayah Kecamatan Tanete Riattang Timur merupakan daerah dengan nelayan purse seine terbesar di Kabupaten Bone, maka tidak heran ditempat tersebut banyak ditemui kapal-kapal pa' gae.

Purse seine yang digunakan oleh nelayan di Kabupaten Bone dioperasikan pada malam hari. Oleh karena itu penggunaan lampu sangat diperlukan dalam kegiatan penangkapan untuk menarik perhatian ikan. Selain menggunakan alat bantu cahaya, nelayan juga menggunakan rumpon untuk meningkatkan hasil tangkapan ikan (Baso, A. et al., 2021). Penangkapan ikan menggunakan Purse seine di Kab Bone didominasi oleh hasil tangkapan berupa ikan layang dan ikan tongkol. Para nelayan melakukan penangkapan mengarungi lautan teluk bone, dimana para penangkap melakukan penangkapan sebanyak 2-3 trip dalam satu bulannya sepanjang tahun. Berdasarkan

hasil penelitian bahwa penangkap ikan dengan alat purse seine membutuhkan nilai investasi yang cukup besar untuk dapat beroperasi dimulai dari biaya pembelian kapal yang cukup besar, pembelian jaring, mesin, hingga lampu dan beberapa komponen lainnya menghabiskan dana rata-rata sebesar Rp. 665.104.762. Disamping itu biaya lain yang bersifat habis setiap kali produksi meliputi makanan, BBM, biaya perawatan, hingga upah ABK selama setahun menggunakan biaya sebesar Rp.672,831,429. Dimana dalam hal ini upah ABK menjadi nilai terbesar yang harus dikeluarkan oleh pelaku usaha purse seine di Kabupaten Bone. Hal ini disebabkan karena upah yang ditetapkan untuk ABK rata-rata sebesar Rp. 600.000 karena dengan nilai tersebut dianggap mampu untuk menunjang kesejahteraan ABK mengingat usaha yang dilakukan cukup menguras waktu dan tenaga untuk menangkap ikan dengan jumlah yang besar walaupun dengan bantuan mesin sekalipun. Usaha penangkapan purse seine menghabiskan total biaya sebesar Rp 737.864.214 angka ini diperoleh hasil penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel.

Bergantung pada hasil alam dapat memberikan pendapatan yang cenderung fluktuatif, hal ini tentu saja dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti dampak musim, jauh dekatnya daerah penangkapan, kondisi peralatan, serta aspek pemasaran namun berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa keuntungan yang diperoleh yaitu sebesar Rp 1.115.964.357,52/tahun. Jumlah ini cukup sepadan dengan melihat besaran biaya yang dikeluarkan untuk pengoperasian unit penangkapan purse seine tersebut.

### **Aspek Kelayakan Bisnis Unit Penangkapan Purse seine**

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha menunjukkan bahwa setiap rupiah biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar 2,51. Nilai R/C ratio yang diperoleh unit usaha purse seine kabupaten Bone lebih besar dari pada 1 (satu) yang artinya menurut (Husain, 2005) setiap unit usaha purse seine ini layak untuk dijalankan. Nelayan purse seine di kabupaten Bone memberikan gambaran bahwa sekalipun kondisi alam yang tidak menentu berpotensi mempengaruhi hasil tangkapan namun dengan teknik penangkapan yang dikerjakan dengan baik maka kegiatan usaha penangkapan ini dari segi ekonomi layak untuk dikembangkan

### **Aspek Pemasaran Hasil tangkapan Unit Penangkapan Purse seine**

Pemasaran adalah suatu rangkaian kegiatan berupa fungsi-fungsi pemasaran (kegiatan pemasaran) yang dilakukan sesuai permintaan pasar untuk mendistribusikan barang dan jasa yang tepat dari titik produsen ataupun pemasar kepada konsumen yang tepat (sesuai jenis segmen konsumen) pada tempat, waktu, serta harga dengan promosi dan komunikasi yang efektif dan efisien yang mengedepankan kebutuhan dan keinginan konsumen, selain itu mengintegrasikan semua subtensi pemasaran sebagai suatu kesatuan yang utuh, bersifat interrelated, tapi independen (Deli et al., 2018)

Aspek pemasaran meliputi lembaga pemasaran, saluran pemasaran, margin, biaya, pendapatan dan efisiensi pemasaran. Aspek ini bertujuan untuk mengetahui alur pemasaran mulai

dari nelayan penangkap hingga sampai ditangan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian lembaga pemasaran yang ada terdiri dari produsen dan pengecer dimana pengecer terbagi lagi menjadi pedagang pengecer dan pa'gandeng. Nelayan yang ada di PPI menjual ikan kepada pengecer. Pedagang pengecer membeli ikan layang dinelayan yang berukuran besar seharga Rp 1.300.000/box dan ikan tongkol Rp. 1.000.000/box dan kemudian dijual kembali kepada konsumen dengan harga Rp. 4.000/ekor ikan layang dan Rp. 14.000/ekor ikan tongkol sementara untuk pa'gandeng menjual kembali kepada konsumen dengan harga yang sedikit lebih tinggi sebesar Rp. 5.000/ekor ikan layang dan Rp. 15.000/ekor ikan tongkol.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa masing-masing lembaga pemasaran pada saluran pedagang pengecer memiliki margin Rp. 533 untuk ikan layang dan Rp. 1.250 untuk ikan tongkol. Sedangkan pada Saluran pedagang pa'gandeng pada masing-masing lembaga pemasaran memiliki margin Rp. 1.622 untuk ikan layang dan Rp. 2.917 untuk ikan tongkol. Penentuan nilai margin pemasaran didasari oleh jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan ikan dan besarnya hasil tangkapan. Biaya pemasaran dapat dilihat bahwa masing-masing lembaga pemasaran pada saluran pedagang pengecer memiliki biaya Rp. 105 untuk ikan layang dan Rp. 538 untuk ikan tongkol. Sedangkan pada Saluran pa'gandeng pada masing-masing lembaga pemasaran memiliki biaya Rp. 173 untuk ikan layang dan Rp. 813 untuk ikan tongkol, biaya-biaya yang dikeluarkan dapat ditekan dengan melihat lokasi pasar yang cukup dekat dan biaya distribusi yang tidak terlalu besar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing lembaga pemasaran pada saluran pedagang pengecer memiliki keuntungan Rp. 405 untuk setiap ekor ikan layang dan Rp. 713 untuk setiap ekor ikan tongkol. Sedangkan pada Saluran pedagang pa'gandeng pada masing-masing lembaga pemasaran memiliki keuntungan Rp. 713 untuk setiap ekor ikan layang dan Rp. 2.104 untuk setiap ekor ikan tongkol, Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat dikatakan bahwa keuntungan tiap ekor ikan layang dan ikan tongkol cukup besar hal ini tidak terlepas dari biaya yang dikeluarkan masih dapat ditekan. efisiensi pemasaran ikan layang dan ikan tongkol diukur dengan menghitung besarnya harga ikan ditingkat produsen dan konsumen akhir, serta besarnya biaya pemasaran dalam rantai pemasaran tersebut. Hasil penelitian didapatkan nilai efisiensi pemasaran setiap saluran nilainya < 1 yang artinya dapat dikatakan bahwa kedua saluran pemasaran efisien pada masing-masing komoditi ikan layang dan ikan tongkol

### **Bauran pemasaran**

Strategi pemasaran adalah Logika pemasaran di mana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (diferensiasi positioning) (Kotler dan Armstrong, 2008),

Berikut merupakan bauran pemasaran dari hasil tangkapan unit usaha purse seine di kab. Bone :

### Aspek Product

Produk yang dihasilkan dari kegiatan penangkapan dikemas dalam coolbox yang bertujuan menjaga kualitas ikan dapat bertahan hingga sampai ditangan lembaga pemasaran selanjutnya yakni pedagang pengecer maupun pa'gandeng. Kegiatan pembongkaran biasanya dilakukan pada pagi maupun siang hari di tempat pendaratan ikan lonrae.

### Aspek Price

Para pedagang memasarkan ikan dengan dengan harga yang relatif terjangkau dari masyarakat kalangan bawah hingga kalangan atas. Harga yang ditetapkan oleh para pedagang berkisar antara Rp. 4000 hingga Rp. 5.000 untuk setiap ekor ikan layang . Sementara untuk ikan tongkol dipasarkan dikisaran harga Rp, 12.000 hingga Rp.14.000. Harga dalam pasaran ikan tersebut antara pedagang satu dan lainnya terkadang memiliki perbedaan harga walaupun tidak terlampau jauh. Berdasarkan observasi yang dilakukan rata-rata pedagang membeli dengan harga Rp, 1.300.000 untuk satu box ikan layang dan Rp. 1.000.000 untuk satu box ikan tongkol

### Aspek Place

Penetapan lokasi untuk pemasaran produk dilakukan pada PPI lonrae dimana baik pedagang pengecer maupun pengumpul mendatangi langsung nelayan penangkap untuk melakukan negosiasi harga dan transaksi, setelah itu iak akan didistribusikan ke pasar ataupun dibawa oleh pedagang pa'gandeng ke berbagai daerah hingga ke luar Kab. Bone. Akses ke lokasi PPI Lonrae terbilang lebih mudah diakses selain konstruksi jalan yang bagus juga didukung oleh lokasi yang dekat dari jalan umum dan pasar.

### Aspek Promotion

Kegiatan promosi dalam usaha ini tidak dilakukan dengan teknik tertentu yang secara spesifik bertujuan untuk meningkatkan penjualan tetapi bentuk pemasaran yang telah lama dilakukan membuat produk hasil penangkapan purse seine ini cukup dikenal oleh masyarakat dalam hingga keluar kabupaten. Sehingga bentuk promosi yang terbentuk ialah dari mulut ke mulut masyarakat.

### Aspek People

Lembaga pemasaran unit tangkapan ikan layang telah melakukan prosedur yang baik dalam menyediakan produknya, dimana terdapat pembagian tugas dan kerjasama antara ABK yang melakukan pembongkaran muatan di PPI Lonrae yang dilakukan dengan hati-hati sehingga penataan hasil tangkapan bisa lebih rapih dan penjualan lebih maksimal

### Aspek Process

Strategi bauran pemasaran aspek process membahas bagaimana alur penjualan produk kepada konsumen, Alur penjualan pada hasil penangkapan ikan dimulai sejak dilakukannya pembongkaran ikan tangkapan dari kapal penangkap kemudian dilakukan sortir jenis ikan yang kemudian dikemas dalam coolbox. Setelah itu, coolbox yang berisi ikan disusun rapi dan kemudian dibeli oleh pedagang-pedagang ikan. Pedagang tersebut umumnya membeli 1-3 box ikan yang

kemudian diperjual belikan kembali di pasar tradisional. Adapula pedagang yang membeli ikan untuk didistribusikan ke beberapa daerah diluar kabupaten bone seperti makassar, takalar, dan pare-pare

#### Aspek Physical Evidence

Penerapan Physical evidence merupakan aspek yang perlu diperhatikan, dengan terciptanya suasana yang nyaman dan bersih tentu dapat menarik minat calon pelanggan lebih besar. Untuk PPI sendiri sudah memiliki konstruksi yang cukup baik dengan adanya gedung dan akses jalan yang memadai sehingga lebih mudah bagi pedagang dari luar maupun dalam.

### Simpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian tentang kajian ekonomi usaha unit penangkapan purse seine di Teluk bone Kabupaten Bone sebagai berikut: (1) Pendapatan dari usaha unit penangkapan purse seine yaitu sebesar Rp 1.115.964.357,52,-/tahun. (2) Berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis dalam satu tahun menunjukkan bahwa usaha unit penangkapan purse seine yang dilakukan oleh nelayan di Kabupaten Bone layak untuk dikembangkan dengan pembagian antara penerimaan dan biaya memiliki nilai lebih dari satu (>1). (3) Analisis Bauran pemasaran yang dilakukan meliputi aspek produksi, aspek promosi, aspek lokasi, aspek proses, aspek harga, aspek orang, dan aspek lingkungan fisik. Meskipun hasil tangkapan purse seine di Kab. Bone sendiri cukup besar namun berdasarkan kajian aspek tersebut dapat diketahui bahwa tidak ada metode khusus yang dilakukan guna meningkatkan penjualan hasil tangkapan purse seine di Kab. Bone, metode pemasaran dilakukan dengan cara lama meskipun saat ini sudah didukung oleh fasilitas gedung maupun akses yang cukup memadai. Hal ini membuktikan bahwa masih perlunya inovasi dari sektor pemasaran untuk lebih memaksimalkan lagi potensi yang ada, hasil tangkapan nelayan purse seine di Kab. Bone.

### Daftar Pustaka

- Bangun, W. (2010). *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Refika Aditama.
- Baso, A., & Hasani, M. C. (2021, October). Economic analysis of shortfin scads fish (*Decapterus spp*) business using purse seine in Bone Regency, Indonesia. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 860, No. 1, p. 012052). IOP Publishing.
- Delij, R. O., Wijaya, S., & Endaryanto, T. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Berbagai Produk Berbasis Ikan Bandeng Di Provinsi Lampung. Skripsi.UNLA. *Jurnal.Fp.Unila.Ac.Id*, 6, 155–162.
- Hanafiah, A. ., & Saefuddin, A. . (1983). *Tata niaga hasil perikanan*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI-Press).
- Husain, U. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi-3.). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kasri, A. B., & Tahang, H. (2019). Bioeconomic Analysis of Resource Utilization of Flying Fish (*Hyrundicthys oxycephalus*) in the Makassar Strait, South Sulawesi, Indonesia. *International Journal of Environment Agriculture and Biotechnology*, 4, 1046-1053.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode metode baru* (16th ed.). Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia (UI -Press).

Soekartawi. (1995). *Analisis Usahatani*. UI-PRESS.

Suriadi, Daniel Itta, M. Y. (2015). Analisis Biaya dan Pendapatan Serta Waktu Pengembalian Modal Usaha Hasil Hutan Bukan Kayu Berupa Tanaman Hias. *Jurnal Hutan Tropis*, 3(3), 232–240.