

POLA SALURAN PEMASARAN HASIL TANGKAPAN POLE AND LINE YANG BERPANGKALAN DI PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI) OEBA, KOTA KUPANG

Mariani M. Safitri^{*1}, Lady Cindy Soewarlan², Chaterina Agusta Paulus³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan,
Fakultas Peternakan, Kelautan, dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana
Jl. Adisucipto, Penfui 85001, Kotak Pos 1212, Tlp (0380) 881589

*Email Korespondensi: marianimeilisafitri@gmail.com

Abstrak – Cakalang dan tuna merupakan jenis hasil tangkapan dari armada pole and line. Beberapa nelayan pole and line yang fishing groundnya disepertaran Kupang biasanya mendaratkan hasil tangkapannya di PPI Oeba, ditempat ini mereka melakukan transaksi penjualan untuk tujuan pasar ekspor maupun pasar lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis hasil tangkapan utama dan samping dari alat tangkap pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba dan alur niaga dari hasil tangkapan utama dan samping dari armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif dan di hitung menggunakan rumus presentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil tangkapan utama dari armada pole and line adalah ikan cakalang dan ikan tuna sebagai tangkapan samping. Pola saluran pemasaran hasil tangkapan dari armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba terbagi menjadi dua musim yaitu musim banyak dan musim sedikit. Pada musim tangkapan yang tinggi, saluran pemasaran yang terbentuk adalah nelayan, perusahaan, dan eksportir; sedangkan pada musim tangkapan yang sedikit, terbentuk 3 saluran pemasaran. Tiga saluran pemasaran yang dimaksud adalah: 1) nelayan, perusahaan, pengumpul, pengecer, dan konsumen lokal; 2) kedua nelayan, perusahaan, pengumpul, konsumen lokal; dan 3) nelayan, perusahaan, pengecer, konsumen lokal.

Kata Kunci: Hasil tangkapan ikan, saluran pemasaran, pole and line, PPI Oeba.

Abstract – Skipjack and tuna are the main catches of the pole and line fleet. Pole and line fishermen whose fishing grounds are around Kupang usually land their catches at PPI Oeba, where they conduct sales transactions for export and local markets. This study aims to determine the types of the main and side catches of pole and line fishing gear based at Fishery Port Oeba and the trade flow of the main and side catches of the pole and line fleet based at Fishery Port Oeba. The method used in this research is the survey method. The analysis method used in this research is quantitative descriptive analysis and descriptive analysis and calculated using the percentage formula. The results showed that the main catch of the pole and line fleet was skipjack and tuna as a side catch. The marketing channel pattern of the catch from the pole and line fleet based at Fishery Port Oeba is divided into two seasons, namely the high and low fishing seasons. In the high catch season, the marketing channels are fishermen, companies, and exporters; while in the low catch season, three marketing channels are formed. The three marketing channels are: 1) fishermen, companies, collectors, retailers, and local consumers; 2) fishermen, companies, collectors, and local consumers; and 3) fishermen, companies, retailers, and local consumers.

Keywords: Fish catch, marketing channels, pole and line, Fishery Port Oeba.

I. PENDAHULUAN

Produksi perikanan adalah kegiatan ekonomi dalam bidang penangkapan atau mengumpulkan ikan/binatang air lainnya/tanaman air yang hidup di laut/perairan umum secara bebas dan bukan milik perseorangan yang dilakukan dengan cara mengambil langsung sumber daya alam tanpa mengubah wujud barang produksi tersebut (Sofiyanti & Suartini, 2016). Sehingga, Sasaran dalam teori produksi adalah penentuan efisiensi

tingkat produksi dalam menggunakan sumber daya yang tersedia (Sari, I. T. P., & Rauf, 2020). Produksi penangkapan ikan unggulan NTT khususnya kota kupang masih didominasi oleh ikan tuna, cakalang, dan tongkol (TTC), dengan jumlah produksi pada ikan tuna sebesar (1558,74 ton), ikan cakalang sebesar (2296,37 ton), dan ikan tongkol (4317,89 ton) BPS (2019).

Tata niaga hasil perikanan adalah mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik, barang-

barang hasil perikanan dan kebutuhan usaha perikanan dari tangan produsen ke tangan konsumen, termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang ditujukan untuk lebih mempermudah penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumennya (Supena, 2015). Pemasaran (tata niaga) ialah suatu proses sosial dan menejerial yang berusaha untuk menciptakan hubungan pertukaran sehingga membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan (Nuriati, 2019)

Wahyuningsih *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa ikan segar dalam pemasarannya membutuhkan perhatian khusus. Permasalahan yang timbul dalam sistem pemasaran komoditi perikanan seringkali memiliki saluran pemasaran yang panjang sehingga banyak juga pelaku pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut. Semakin panjang saluran pemasaran maka akan berpengaruh terhadap turunnya mutu dari ikan tersebut karena waktu produk ikan sampai ke konsumen akan lebih lama. Produksi yang baik akan sia-sia apabila harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien. Sistem pemasaran yang efisien dapat dicapai apabila

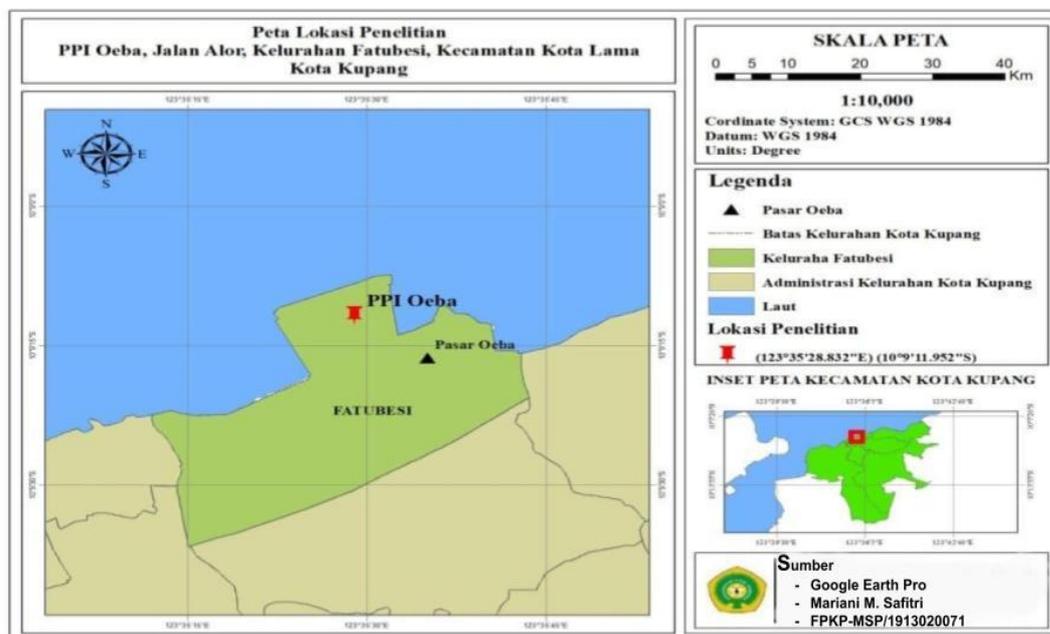
sistem pemasaran yang digunakan mampu memberikan pembagian keuntungan yang optimal kepada semua pihak yang terlibat dalam pemasaran (Wibowo *et al.*, 2021).

Pangkalan Pendaratan Ikan Oeba adalah salah satu tempat dimana proses niaga itu sering terjadi khususnya dalam tata niaga hasil perikanan tangkap yang ditunjukkan dengan beragam alat tangkap untuk menangkap berbagai jenis ikan. Maka untuk menjamin keberlangsungan kegiatan tata niaga diupayakan adanya manajemen yang tepat serta ketersediaan data yang memadai, sebab itu diperlukan informasi tentang hasil tangkapan dan alur distribusi dari armada pole and line yang berada di PPI Oeba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tangkapan utama dan samping dari armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba dan alur niaga dari hasil tangkapan utama dan samping dari armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2023, lokasi penelitian yaitu di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Oeba, Kota Kupang.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

2.2 Alat dan Bahan

Peralatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah peralatan yang berhubungan dengan pengumpulan data primer dan sekunder yaitu: alat tulis-menulis untuk mencatat data mentah yang diperoleh di lapangan, kuisisioner digunakan sebagai bahan pencari data, laptop digunakan untuk mengolah data hasil penelitian dan kamera digunakan sebagai alat untuk dokumentasi atau mengambil gambar saat penelitian.

2.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu metode penelitian dengan teknik wawancara menggunakan kuisisioner sebagai data pokok, (Sari A. P. *et al.*, 2019). Metode survei pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gambaran umum tentang proses pergerakan hasil tangkapan pole and line dari nelayan sampai ke konsumen.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk mempermudah penulis dalam memperoleh data yang valid. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut:

1. Wawancara merupakan suatu proses memperoleh keterangan atau informasi untuk penelitian secara lisan dengan cara tanya jawab (kuisisioner terlampir). Wawancara dilakukan pada tiga responden utama yaitu responden nelayan, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tahapan-tahapan pergerakan barang dari nelayan sampai ke konsumen akhir.
2. Observasi atau pengamatan digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dengan cara mengamati pergerakan barang kemudian apa dan siapa saja yang terlibat dalam pergerakan barang, jenis-jenis serta armada penangkapannya.
3. Kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan fenomena

sosial yang sedang dicermati. Kepustakaan tersebut di dapat dengan cara cek silang data dari hasil wawancara dan observasi dengan kepustakaan terkait berupa laporan-laporan pergerakan barang dari otoritas terkait (PPI Oeba).

4. Dokumentasi yaitu mengumpulkan Semua hasil dari wawancara dalam bentuk foto atau video.

2.5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti. Dengan demikian sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi (Supardi, 1993). Populasi pada penelitian ini adalah armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba berjumlah 2 unit, industri pengolahan perikanan sebanyak 2 unit, pedagang pengumpul 6 orang dan Pedagang pengecer berjumlah 10 orang.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik sensus, artinya semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Patawari, 2018).

2.6. Metode Analisa Data

Untuk memecahkan rumusan masalah yang ada maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif. Analisa tersebut dilakukan dengan tahap berikut:

1. Analisis hasil tangkapan dari armada pole and line

Analisis untuk tujuan satu di peroleh dari data primer dan dikombinasi dengan data sekunder dari PPI Oeba pada tahun 2022- April 2023. Penentuan untuk tangkapan utama dan sampingan didasari atas studi literatur (Surahman *et al.* 2021), berdasarkan literatur ini maka kita dapat mengkombinasikan antara data literatur, data sekunder dan data primer untuk menentukan mana yang tangkapan utama dan tangkapan samping berdasarkan tingkat presentase yang paling banyak. Maka Jenis-jenis hasil tangkapan dari armada pole and line dianalisis menggunakan analisis deskriptif

kuantitatif yaitu jenis-jenis hasil tangkapan akan dipetakan atau dikelompokkan berdasarkan jumlahnya dan di presentasikan dengan rumus:

$$\% = \frac{\text{jumlah hasil tangkapan ke- } i}{\text{total keseluruhan hasil tangkapan}} \times 100\%$$

2. Analisis data alur niaga dari armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba.

Untuk mendapatkan gambaran dari hasil operasional pergerakan barang dari alat tangkap pole and line dianalisis menggunakan analisis deskriptif yaitu menggunakan instrumen kuesioner dan wawancara terhadap responden disertai dengan pengamatan langsung. Hasil dari pergerakan barang tersebut akan dipetakan berdasarkan pola yang terbentuk. Selanjutnya dari hasil wawancara peneliti dapat melihat pola mana yang memiliki presentasi paling sering berdasarkan musim. Presentasi dari pola tersebut akan dihitung menggunakan excel dengan rumus:

$$\% = \frac{\text{jumlah pola alur produksi pada alat tangkap pole and line}}{\text{total keseluruhan pola produksi pada alat tangkap pole and line}} \times 100\%$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Oeba merupakan salah satu instalasi Pelayanan Teknik Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Nusa Tenggara Timur yang terletak di Kota Kupang dan berada di titik koordinat 10° 9,330' LS – 123° 35,507' BT dengan wilayah perairan laut teritorial meliputi Taman Nasional Perairan Laut sawu di bagian utara dan Laut Timor (Sumedera Hindia) di bagian selatan yang merupakan WPP NRI 573. Potensi sumberdaya alam di Provinsi NTT berasal dari sektor Kelautan dan Perikanan dengan luas sebesar 199.529 km² (lebih dari 80%) dan garis pantai sepanjang 5.700 km, belum termasuk zone Ekonomi (ZEE) Indonesia. Berdasarkan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 20/PERMEN-KP/2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksanaan Teknis Pangkalan Perikanan, mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan dan pelayanan pemanfaatan

sumberdaya ikan serta keselamatan operasional kapal perikanan.

3.2. Hasil Tangkapan Utama dan Samping Dari Armada Pole and Line.

Pole and line adalah alat tangkap ikan yang terdiri dari bambu sebagai joran, tali senar (pancing), serta mata kail yang tidak berkait dimaksudkan agar ikan cepat lepas dari pancing, pada pengoperasian alat tangkap ini dilengkapi dengan umpan hidup agar menyesuaikan dengan kebiasaan ikan cakalang yang menyambar mangsanya karena target utama tangkapan berupa ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) Sedangkan tuna yang tertangkap rata-rata berjenis tuna sirip kuning. Tuna merupakan hasil tangkapan samping (Wiratama *et al.*, 2017). Hal serupa juga dikemukakan oleh Nugraha & Rahmat (2017) yang menyatakan bahwa huate adalah salah satu alat tangkap yang digunakan khusus untuk menangkap cakalang sedangkan tuna (*Thunnus spp*) merupakan tangkapan samping. (Sasaleño dkk., 2023) juga mengatakan bahwa hasil tangkapan utama dari alat tangkap huate adalah cakalang (*Katsuwonus pelamis*), yang kadang-kadang disertai Tuna (*Thunnus spp*).

Alat penangkapan ikan pole and line (huate) merupakan alat tangkap yang tingkat keberlanjutannya tinggi atau ramah terhadap lingkungan perairan, jika dilakukan operasi penangkapan terhadap gerombolan ikan, seperti yang di katakana (Marasabessy dkk., 2023), bahwa teknologi penangkapan ikan cakalang yang memiliki tingkat keberlanjutan/keramahan lingkungan tinggi atau ramah lingkungan terhadap populasi ikan cakalang yaitu huate dan pancing tangan yang melakukan penangkapan melalui perburuan gerombolan ikan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa armada pole and line yang berpangkalan di PPI oeba juga menangkap hasil tangkapan yang sama yaitu ikan cakalang sebagai target utama penangkapan dan ikan tuna sebagai tangkapan samping. Ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) dan ikan tuna (*Thunnus spp*) merupakan sumber daya ikan ekonomi yang signifikan yang berasal dari

perairan Indonesia, digunakan baik sebagai komoditas ekspor maupun untuk konsumsi dalam negeri. Berikut ini dapat di lihat data produksi hasil tangkapan utama dan samping dari armada pole and line pada gambar 2.



Sumber: Data sekunder 2022

Gambar 2. Data produksi hasil tangkapan pole and line 2022

Berdasarkan data sekunder dari kantor PPI Oeba, bahwa tangkapan pole and line pada tahun 2022 sekitar 59% tangkapan utamanya adalah cakalang dengan produksi 22.526 ton/thn.

Sementara tangkapan sampingnya adalah ikan tuna yaitu sekitar 41% dengan produksi 15.900 ton/thn.

Tabel 1. Hasil tangkapan Utama dan Samping Dari Armada Pole and Line Januari- April 2023

No	Jenis Ikan	Produksi (Ton/Thn)	Presentase (%)
1.	Cakalang	12.700	100%
2.	Tuna	-	0%
Jumlah		12.700	100%

Sumber: Data sekunder 2023

Berdasarkan data sekunder yang di liput dari Januari-April 2023 ternyata 100% tangkapan pole and line didominasi oleh cakalang sebagai tangkapan utama dengan produksi 12.700 ton/thn.

Menurut teori bahwa ikan cakalang merupakan ikan yang dijadikan sebagai target tangkapan dengan menggunakan alat tangkap Huhate (Masengi *et al.*, 2022). Hal ini di buktikan dengan data sekunder yang diliput dari januari-april 2023 yaitu 100% tangkapannya cakalang dengan produksi 12.700 ton/thn. Namun terdapat hasil tangkapan samping dari kegiatan penangkapan ini yaitu ikan tuna (*Thunnus Spp*).

Menurut (Khikmawati *et al.*, 2022) ikan cakalang merupakan jenis ikan perenang cepat secara bergerombol dan mayoritas ditangkap dengan pole and line, walaupun ikan tuna bukan dari target tangkapan, ikan-ikan tuna tersebut berenang secara bergerombol dan bersamaan dengan ikan pelagis lainnya untuk mencari makan atau melakukan ruaya secara berkelompok, jika alat tangkap pole and line digunakan di daerah dimana terdapat populasi ikan cakalang dan tuna maka keduanya akan tertangkap secara bersamaan. Secara garis besarnya, cakalang mempunyai daerah penyebaran dan migrasi yang luas, yaitu

meliputi daerah tropis dan sub tropis dengan daerah penyebaran terbesar terdapat disekitar perairan khatulistiwa. Daerah penangkapan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan berhasil atau tidaknya suatu operasi penangkapan, Dalam hubungannya dengan alat tangkap, maka daerah penangkapan tersebut haruslah baik dan dapat menguntungkan, Dalam arti ikan berlimpah, bergerombol, daerah aman, tidak jauh dari pelabuhan dan alat tangkap mudah dioperasikan (Talib, 2017). Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Paulus *et al.*, 2017) yang menyatakan bahwa penangkapan itu sendiri pada umumnya sangat dipengaruhi oleh macam perahu, alat tangkap, musim dan keadaan alam, khususnya angin dan bulan purnama serta potensi sumberdaya ikan yang ada. Pada musim hujan biasanya produksi ikan laut menurun, sedangkan pada musim kemarau relatif banyak karena curah hujan yang tinggi akan mempengaruhi salinitas air laut. Demikian juga saat bulan purnama ikan sangat sedikit karena ikan menyebar pada permukaan perairan.

Menurut penelitian (Jamal *et al.* 2014), pemijahan ikan cakalang berlangsung sekitar bulan oktober sehingga perlu penutupan area penangkapan ikan secara sementara terutama pada daerah spawning ground dan nursery ground ikan. Pada musim tangkap perlu dilakukan persiapan yang lebih baik, terutama tentang kondisi kapal agar dapat beroperasi dengan kapasitas penuh. Jika melakukan perbaikan kapal penangkap ikan, sebaiknya pada saat bukan musim tangkap ikan cakalang sedang berlangsung.

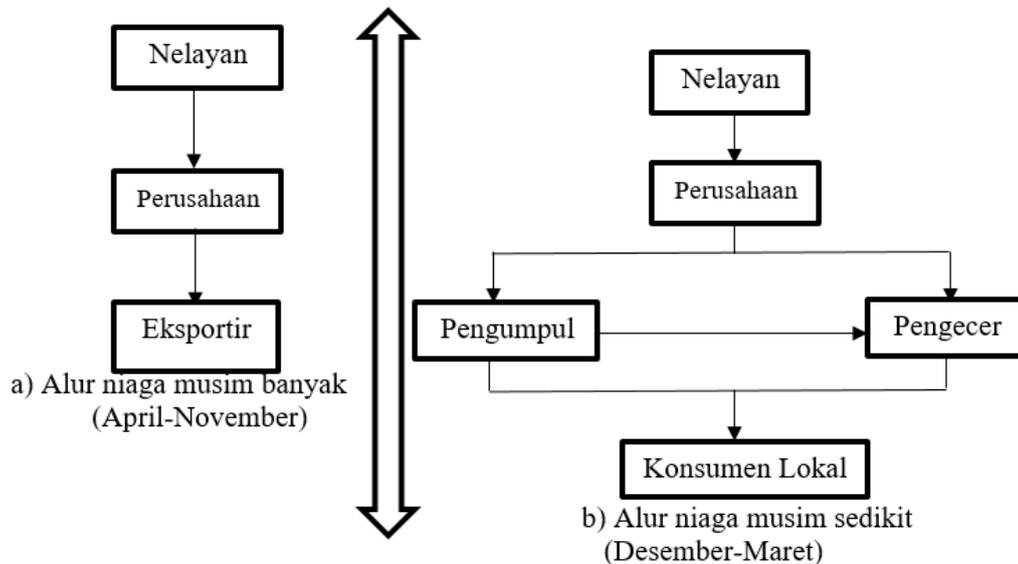
3.3. Saluran Pemasaran Dari Armada Pole and Line

Saluran pemasaran adalah urutan lembaga pemasaran yang dilalui produk yang telah dihasilkan sampai ke konsumen akhir. Saluran pemasaran memiliki bentuk sederhana maupun rumit, dan biasanya memiliki lebih dari satu macam saluran pemasaran, tergantung dari produk yang dihasilkan. Kegiatan saluran pemasaran merupakan suatu tindakan ekonomi yang mendasarkan pada kemampuannya untuk membantu penciptaan nilai ekonomi, sedangkan nilai ekonomi itu sendiri berfungsi untuk

menentukan harga barang dan jasa kepada individu-individu yang terlibat (Setyawan *et al.*, 2021). Hal lain yang di kemukakan oleh (Nugraha *et al.*, 2021) yang mengatakan bahwa Saluran pemasaran adalah serangkaian agen pemasaran melalui mana produk diproduksi ke konsumen akhir. Saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana atau kompleks, biasanya terdapat lebih dari satu jenis saluran pemasaran, tergantung pada produk yang dihasilkan.

Saluran pemasaran (saluran distribusi) merupakan sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Proses pemasaran yang efisien adalah yang memberikan kontribusi (share) yang adil, mulai dari produsen, lembaga-lembaga pemasaran, sesuai dengan korbanan masing-masing dan konsumen puas. Akibatnya, saluran distribusi terbagi menjadi dua (Izmi Ahad L & Pramulya, R. 2022). Dimana pada proses pemasaran itu sendiri hasil perikanan yang merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat nelayan dimana mata pencahariannya tergantung pada hasil laut (Lassa *et al.*, 2022).

Hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa narasumber disetiap lembaga pemasaran menemukan 4 pola saluran pemasaran yang ada di PPI Oeba. Menurut Haryadi (2019), kegiatan penyaluran produk dari produsen ke konsumen akhir disebut dengan saluran pemasaran. Jenis dan kerumitan yang dialami setiap saluran pemasaran berbeda-beda sesuai dengan komoditinya. Pada sistem pemasaran produk perikanan terdapat beberapa pelaku yang berperan dalam penyampaian produk hingga ke konsumen akhir. Setiap pelaku memiliki peranan yang berbeda mulai dari hulu hingga hilir seperti nelayan, perusahaan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan terakhir konsumen. Namun demikian, setiap pelaku tetap melakukan hubungan kerjasama dan sistem pemasaran sehingga produk perikanan yang dihasilkan tetap memiliki mutu yang baik bagi konsumen. Berikut adalah Skema pola saluran pemasaran yang terdapat di PPI Oeba, dapat dilihat pada gambar 3.



Sumber: Data primer 2023

Gambar 3. Pola Saluran Pemasaran Dari Hasil Tangkapan Armada Pole and Line

Pola saluran pemasaran hasil tangkapan dari armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba terbagi menjadi dua musim tangkapan yaitu musim banyak dan musim sedikit. Musim banyak ada pada bulan April-November dan musim sedikit ada pada bulan Desember-Maret. Pada musim banyak saluran pemasaran yang terbentuk yaitu: nelayan, perusahaan, eksportir. Sedangkan pada musim sedikit terdapat 3 pola yaitu: yang pertama nelayan, perusahaan, pengumpul, pengecer, dan konsumen lokal. Pola yang kedua nelayan, perusahaan, pengumpul, konsumen lokal dan yang ketiga adalah nelayan, perusahaan, pengecer, konsumen lokal.

Pola pada saluran pemasaran satu merupakan musim banyak dimana nelayan menjual hasil tangkapannya kepada perusahaan dan selanjutnya di ekspor. Pola saluran satu musim banyak merupakan saluran yang sering terjadi dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan dari armada pole and line, berdasarkan rujukan dari Sri (2016) yang mengatakan bahwa, Ikan Cakalang hasil tangkapan nelayan Pole and Line umumnya langsung diserahkan di Perusahaan Cold Storage. Perdagangan tuna dan cakalang selain dilakukan di dalam negeri, juga dilakukan perdagangan luar

negeri (Sitorus, 2022). Berdasarkan hasil literatur ternyata pola pemasaran dari hasil tangkapan armada pole and line yang berada di PPI Oeba memiliki kesamaan bahwa pada umumnya ikan cakalang dan tuna setelah melakukan pembongkaran langsung di serahkan kepada perusahaan. Nelayan lebih memilih menjual hasil tangkapannya kepada perusahaan karena memang ikan hasil tangkapan pole and line merupakan ikan yang ukurannya besar dan mempunyai nilai ekonomi tinggi serta nilai ekspor yang tinggi. Sehingga pedagang pengumpul dan pedagang pengecer tidak sanggup untuk membeli ikan tersebut dalam jumlah yang cukup banyak.

Pola saluran pemasaran ke dua merupakan musim sedikit terdapat tiga pola saluran pemasaran yaitu nelayan, perusahaan, pengumpul, pengecer, dan konsumen lokal. Selanjutnya pola yang kedua nelayan, perusahaan, pengumpul, konsumen lokal dan yang terakhir adalah nelayan, perusahaan, pengecer, konsumen lokal. Pada pola ini pedagang pengumpul dan pedagang pengecer membeli ikan dari perusahaan, karena pada musim ini perusahaan akan menjual ikan kepada pedagang dalam TPI. Pola-pola saluran pemasaran ini memberikan gambaran tentang

bagaimana aliran produk dari produsen ke konsumen akhir. Berdasarkan literatur (Nuriati, 2019) yang mengatakan bahwa Pola saluran pemasaran ikan cakalang dan tuna dari perusahaan diambil oleh pedagang pengumpul kemudian menjual kepada pedagang pengecer, lalu ke konsumen. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian saya yaitu pada pola saluran yang pertama, yang melibatkan pengumpul dan pengecer, memberikan keuntungan peningkatan visibilitas produk dan aksesibilitas bagi konsumen lokal. Pola saluran pemasaran kedua yang tidak melibatkan pengecer, dapat memotong rantai distribusi dan memungkinkan produk mencapai konsumen dengan lebih cepat. Pola saluran pemasaran ketiga, dengan melibatkan pengecer dan tidak melibatkan pedagang pengumpul hal ini terjadi karena adanya hubungan antara pedagang pengecer dan orang-orang yang bekerja di perusahaan, sehingga memudahkan pedagang pengecer membeli ikan secara langsung kepada perusahaan. Pada pola saluran pemasaran kedua dan ketiga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sudana, 2019) menjelaskan bahwa saluran pemasaran yang paling pendek dimana melibatkan satu pedagang perantara merupakan saluran pemasaran yang paling efisien. Hal serupa juga disampaikan oleh (Klara dkk., 2019) yaitu saluran pemasaran ikan, dimana semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar margin pemasaran. Dalam konteks penelitian ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada variasi dalam pola saluran pemasaran pada musim sedikit yang di gunakan dalam proses pemasaran ikan hasil tangkapan pole and line di PPI Oeba yang dikarenakan musim sedikit umumnya menyebabkan penurunan ikan yang tersedia di pasar karena ketersediaan yang terbatas. Saluran pemasaran perlu diatur secara efisien untuk memastikan ikan tersebut dapat di distribusikan ke berbagai pasar dan pelanggan (Lestari L., 2022). Dengan adanya tiga saluran pemasaran ikan dapat dibagi secara proposional antara saluran-saluran tersebut untuk memenuhi permintaan pasar yang berbeda. Namun pola ini hanya terjadi apabila pada musim sedikit yang terjadi dari bulan Desember- Maret karena perusahaan mengalami keterbatasan kapasitas produksi sehingga tidak dapat memenuhi permintaan ekspor. Dalam situasi

seperti itu, mereka dapat memprioritaskan penjualan di pasar lokal untuk memastikan ketersediaan produk yang cukup di daerah mereka.

Berdasarkan empat saluran yang terbentuk, maka peneliti dapat menentukan pola mana yang sering di pakai oleh armada pole and line dalam proses pemasaran hasil tangkapan ikan yang didukung oleh data primer. Pola yang sering digunakan atau sering dipakai pada saat proses pemasaran ikan cakalang dan tuna, berdasarkan hasil survey yaitu pola dari Nelayan- Perusahaan-Eksportir, dengan presentase mencapai 100%. Sementara itu tiga pola lainnya tidak digunakan karena memang ketiga pola ini hanya digunakan pada saat musim tangkapan sedikit.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil tangkapan utama dan sampingan pada armada pole and line adalah ikan cakalang dan ikan tuna. Ikan Cakalang merupakan target utama penangkapan dari armada pole and line, sedangkan ikan tuna merupakan tangkapan sampingan. Pola saluran pemasaran hasil tangkapan dari armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba terbagi menjadi dua musim penangkapan yaitu musim tangkapan banyak dan musim tangkapan sedikit. Pada musim tangkapan banyak saluran pemasaran yang terbentuk yaitu: nelayan, perusahaan, eksportir. Sedangkan pada musim tangkapan sedikit terdapat 3 pola yaitu: yang pertama nelayan, perusahaan, pengumpul, pengecer, dan konsumen lokal. Pola yang kedua nelayan, perusahaan, pengumpul, konsumen lokal dan yang ketiga adalah nelayan, perusahaan, pengecer, konsumen lokal. Pola saluran pemasaran yang sering digunakan oleh armada pole and line yang berpangkalan di PPI Oeba adalah saluran pemasaran dari Nelayan-Perusahaan-Konsumen luar negeri, dengan presentase pemakaian 100%.

4.2. Saran

1. Sebaiknya Saluran pemasaran ikan yang dilakukan oleh pedagang Pengumpul

hendaknya melalui pedagang pengecer dulu baru ke konsumen, agar hal ini tidak menyebabkan timpang tindi harga antar sesama pedagang.

2. Sebaiknya untuk peneliti selanjutnya dengan fokus kajian yang sama dicantumkan nilai satuan atau valuenya.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2017-2019). Statistik Perikanan Tangkap di NTT. (Online) Available at: [https://www.bps.go id/](https://www.bps.go.id/) (accessed 1 April 2019).
- Haryadi, A. (2019). Analisis Saluran Pemasaran Kopi Berbasis Spasial di Desa Ujungbulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto. Skripsi.
- Jamal M., Fedi, AS., Budi, W., & John, H. (2014). Konsep Pengelolaan Perikanan Tangkap Cakalang (Katsuwonus pelamis) di Kawasan Teluk Bone dalam Perspektif Keberlanjutan. *Jurnal IPTEKS PSP*. 1(2), 196-207.
- Khikmawati, L. T., Dethan, D. L., Renanda, A., & Bramana, A. (2022). Teknik Pengoperasian Alat Tangkap Pole and Line Di Kmn.Kcbs 15 Di Maumere, Nusa Tenggara Timur. *Authentic Research of Global Fisheries Application Journal*.4(2), 265-278.
- Klara, A., Ratang, S. A., & Hutajulu, H. (2019). Analisis Pendapatan Nelayan Dan Distribusi Pemasaran Ikan Cakalang Di Kota Jayapura. *Jurnal Manajemen*, 3 (1) 25-33.
- Lestari, R. (2022). Analisis Margin Dan Efisiensi Pemasaran Komoditas Ikan Layang Perikanan Tangkap Di Desa Gunturu Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba.Skripsi.
- L, I. A., & Pramulya, R. (2022). Analisis Saluran Pemasaran Perikanan Tangkap Di Kecamatan Samatiga. *Jambura Agribusiness Journal*, 3(2), 69-75.
<https://doi.org/10.37046/jaj.v3i2.13414>.
- Lassa, J. A., Paulus, C. A., & Soewarlan, L. C. (2022). Kontribusi Pendapatan Istri Nelayan Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Desa Nualunat, Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Bahari Papadak*, 3(2) 7.
- Marasabessy, A. Z., Lukman, E., Mony, F., Sahupala, J., & Tamamala, N. (t.t.). Analisis Pendapatan Dan Biaya Transaksi Unit Usaha Penangkapan Pole and Line Terhadap Ikan Cakalang Nelayan Desa Tulehu, Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Agrohut*, 14(1) 34.
- Nugraha, A. J. P., Waluyo, B. P., & Rahardjo, R. S. (2021). Analisis Pemasaran Komoditas Perikanan Tangkap Dan Strategi Pengembangannya Di Kabupaten Pacitan Provinsi Jawa Timur (Studi Kasus Di Tempat Pelelangan Ikan Teleng). *Jurnal Techno-Fish*, 5(22) 89.
- Nuriati, N. K. (2019). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol dan Cakalang Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 512.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20096>.
- Paulus CA & Yohanis Umbu L. Sobang. 2017. Strategi Mata Pencarian Alternatif Dalam Rangka Meningkatkan Resiliensi Rumah Tangga Nelayan: Studi Kasus Desa Nembrala Kabupaten Rote Ndao. *Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine*, 05 (01), 13-21.
Permalink/DOI:
<http://dx.doi.org/10.21776/ub.ecsofim.2017.005.01.02>
- Sari, A. P., Wambrauw, L. T., & Maspaitella, M. R. (2019). Analisis Tingkat Pendapatan Nelayan Dan Lembaga Pemasaran Perikanan Tangkap Di Kabupaten Fakfak Provinsi Papua Barat. *JFRES: Journal of Fiscal and Regional Economy Studies*, 2(1), 78-86.
<https://doi.org/10.36883/jfres.v2i1.22>.
- Sari, I. T. P., & Rauf, M. I. A. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Perikanan Tangkap: Pengalaman Dari Nelayan Kabupaten Garut Jawa Barat. *Jurnal Ekono Insentif*, 14(1), 12-27. <https://doi.org/10.36787/jei.v14i1.200>.
- Sasaleno, B. R., Kalangi, P. N. I., Manoppo, L., Luasunaung, A., & Dien, H. V. (2023). Operasi penangkapan dan penanganan hasil tangkapan kapal huhate KM Sari Usaha 09. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap*, 8 (2): 78-83.
DOI:
<https://doi.org/10.35800/jitpt.8.2.2023.49357>
- Setyawan, H. A., Wibowo, B. A., & Mudzakir, A. K. (2021). Margin Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Ikan Tenggiri (Scomberomorus Commerson) Di Ppi Tanjung Sari Kabupaten

- Pemalang. *Jurnal Teknologi Perikanan Dan Kelautan*, 11(1), 53–62.
<https://doi.org/10.24319/Jtpk.11.53-62>.
- Sitorus, E. 2012. Keterpaduan Pasar Tuna Segar Bena/Bali, Indonesia Dan Pasar Sentral Tuna Tokyo, Jepang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, vol 7 (1).
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca/article/view/4153>.
- Sofiyanti, N., & Suartini, S. (2016). Pengaruh Jumlah Kapal Perikanan dan Jumlah Nelayan Terhadap Hasil Produksi Perikanan di Indonesia. *Accountthink: Journal of Accounting and Finance*, 1(01).
<https://doi.org/10.35706/acc.v1i01.442>.
- Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108.
<https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>.
- Sri, N. 2016. Model Pemasaran Ikan Cakalang (Katsuwonus Pelamis) Di Kota Kupang. *Jurnal Politanikoe*, vol. 20, no. 1.
<https://jurnal.politanikoe.ac.id/index.php/jp/article/viewFile/10/8>.
- Surahman., & M. Amirul Karman. 2021. Status Keberlanjutan Perikanan Huhate Berdasarkan Aspek Biologi di Pangkalan Pendaratan Ikan Goto Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 14 (2). 166-772.
<file:///C:/Users/Acer/Downloads/977-Article%20Text-1860-1-10-20220208.pdf>.
- Talib, A. (2017). Tuna dan cakalang (Suatu tinjauan: Pengelolaan potensi sumberdaya di perairan Indonesia). *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 10(1), 38.
<https://doi.org/10.29239/j.agrikan.10.1.38-50>.
- Wahyuningsih, D., Irnawati, R., & Surilayani, D. (2019). Marketing Chain and Quality of Mackerel Tuna (*Euthynnus affinis*) Landed at Labuan Coastal Fishing Port. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 9(1), 111.
<https://doi.org/10.33512/jpk.v9i1.7078>.
- Wibowo, B. A., Setyawan, H. A., & Ardian, A. L. (2021). Analisis Distribusi dan Margin Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan Tenggiri (*Scomberomorus commerson*) di PPN Pekalongan. *Journal of Marine Research*, 10(2), 267–274.
<https://doi.org/10.14710/jmr.v10i2.30250>.
- Wiratama, A., Wijayanto, D., & Jayanto, B. B. (n.d.). Feasibility Study of Pole and Line Fishing Gear in Labuhan Lombok Coastal Fishing Port. *Journal Perikanan*, 7 (1).

Article Info :

Received : 28-07-2023

Accepted : 12-08-2023