

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN IKAN WADER (*Family Cyprinidae*)  
DI KABUPATEN LAMONGAN**

***MARKETING SYSTEM ANALYSIS OF WADER FISH (Family Cyprinidae)  
IN LAMONGAN REGENCY***

**Suyoto\*, W Sa'adah**

Fakultas Perikanan, Universitas Islam Lamongan,  
Alamat: Jalan Veteran No.53A, Jetis, Lamongan, Jawa Timur 62211

\*Email corresponding: suyoto@unisla.ac.id

(Diterima 05-07-2023; Disetujui 25-07-2023)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, sistem pemasaran, dan efisiensi pemasaran ikan wader Desa Gondang Lor Kecamatan Sugio ke daerah tujuan pemasaran. Metode penelitian menggunakan metode survei dengan sampel penelitian sebanyak 9 nelayan ikan wader di Desa Gondang Lor. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh oleh nelayan adalah sebesar Rp. 2.947,- per nelayan ikan wader segar dan Rp. 2.000,- untuk ikan wader olahan. Saluran pemasaran ikan wader Desa Gondang Lor terdiri dari dua saluran, yaitu saluran langsung dan saluran tidak langsung. Selanjutnya, sistem pemasaran ikan wader, meliputi: biaya pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada Pasar Pekanbaru, yaitu biaya pemasaran Rp 1.687,50/kg, margin pemasaran yaitu Rp 5.500,00/kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 5.812,50/kg. Hasil penelitian juga menemukan bahwa pemasaran ikan wader ke Pasar ikan Lamongan, Pasar di Surabaya, Pasar di Sidoarjo dan Pasar di Jawa Tengah sudah efisien hal tersebut dilihat dari nilai farmer's share rata-rata 70 % untuk keempat daerah tujuan pemasaran yang lebih besar dari nilai marketing margin. Sehingga, dapat disimpulkan pemasaran ikan wader yang terdapat di Desa Gondang Lor sudah efisien.

Kata kunci: Sistem pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Ikan Wader

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the marketing channels of wader fish, the marketing system of wader fish, and the marketing efficiency of wader fish in Gondang Lor Village, Sugio District, and the marketing destination area. The research method used a survey method with a research sample of nine wader fish farmers and fishermen in Gondang Lor Village. The data were analyzed using quantitative descriptive analysis. The results showed that the income obtained by fishermen and farmers was Rp. 2,947,000.00 per farmer or fisherman for fresh wader fish and Rp. 2,000,000.00 for fried wader fish. The marketing channel for wader fish in Gondang Lor Village consists of two channels, namely direct channels and indirect channels. Furthermore, the wader fish marketing system, including marketing costs, marketing margins and the largest marketing profits are found in the Pekanbaru Market, namely marketing costs of IDR 1,687.50 / kg, marketing margins of IDR 5,500.00 / kg and marketing profits of IDR 5,812.50 / kg. The results also found that the marketing of wader fish to Lamongan fish market, market in Surabaya, market in Sidoarjo and market in Central Java has been efficient, this is seen from the average farmer's share value of 70% for the four marketing destination areas which is greater than the marketing margin value. Thus, it can be concluded that the marketing of wader fish in Gondang Lor Village is efficient.*

*Keywords: Marketing System, Marketing Efficiency, Wader Fish*

## PENDAHULUAN

Data Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap (2013) menyebutkan produksi tangkapan dan perikanan budidaya Indonesia terus meningkat. Produksi ikan air tawar pada tahun 2010 sudah 2.763.222 ton untuknya, tetapi pada tahun 2013, meningkat menjadi 4.921.635 ton untuknya, setara dengan 78%. Data berasal dari berbagai jenis budidaya ikan air tawar, antara lain tambak, waduk, kandang, jaring apung, sawah, dan hasil tangkapan di waduk dan rawa.

Ikan merupakan sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat umum karena ketersediaannya yang relatif mudah dan terjangkau. Banyak jenis ikan yang berkembang di Indonesia antara lain perikanan air tawar, air asin (laut) dan air payau (tambak) (Hidayati et al., 2012). Ada banyak jenis ikan di Indonesia, yang berlimpah tetapi kurang dimanfaatkan. Ikan relatif tinggi unsur gizi seperti protein (6-24%), lemak (0,2-2,2%), air (58-80%) dan mineral (2,5-4,5%) (Susanto, 2006). Hidayati et al. (2012) menyatakan bahwa ikan mengandung 76 gram air per 100 gram ikan segar.

Peningkatan produksi ikan air tawar merupakan potensi sumber daya lokal

yang perlu dikembangkan. Hingga saat ini, ikan air tawar hanya dikonsumsi langsung dan memiliki nilai ekonomi atau nilai tambah yang kecil. Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nilai tambah ikan air tawar. Witno et al. (2015) dan Sari (2015) menjelaskan bahwa salah satu pendekatan untuk menambah nilai ikan air tawar berkualitas rendah adalah dengan menggunakannya sebagai bahan dalam industri makanan komersial, misalnya, untuk menghasilkan penambah rasa. Ikan wader adalah jenis ikan air tawar yang ditemukan di perairan pedalaman Provinsi Lamongan.

Menurut Latif (2021) Ikan wader adalah ikan kecil yang memiliki kandungan gizi serta nutrisi dibutuhkan oleh manusia. Ikan wader Bernama latin spotted barb yang merupakan salah satu jenis ikan konsumsi. Ikan wader adalah ikan air tawar yang hidup di air sungai. Ikan ini milik keluarga terbesar ikan air tawar, Cyprinidae, subfamili Rasboreae. Ada 43 spesies ikan Rosbora di Indonesia, termasuk Rosbora lateristriata, didistribusikan di Sumatera, Kalimantan, Jawa, Bali, dan Lombok. Di Kabupaten Lamongan, ikan wader hidup di sungai/bendungan, dan waduk dengan air bersih dan tidak tercemar (Rachmadi,

2011). Ikan wader sangat populer di kalangan masyarakat sebagai bahan alternatif. Ikan wader sekarang dapat ditemukan di banyak restoran.

Ikan wader memiliki rasa gurih dan renyah serta memiliki kandungan gizi yang dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Komposisi nilai gizi ikan Wader dalam 100 g daging**

Kandungan Gizi	Nilai	Satuan
Kalori	84	Kal
Protein	18,2	g
Lemak	0,7	g
Kolesterol	44	mg
Zat Besi	0,4	mg

Sumber: Zaelani (2012)

Menurut Budiharjo (2002), ikan wader memiliki harga jual yang tinggi dan umur simpan yang relatif singkat, sehingga memiliki potensi untuk akuakultur. Permintaan pasar sangat tinggi, tetapi sulit dipenuhi karena hanya mengandalkan tangkapan liar. Ada beberapa hambatan untuk pengembangbiakan sandpiper, terutama perlunya studi sandpiper yang lengkap (komprehensif), termasuk informasi tentang informasi biologis, teknik budidaya, terutama manajemen, kebutuhan dan manajemen nutrisi, dan ketersediaan di alam liar dan kurangnya informasi. Di Propinsi Jawa Timur telah ada unit budidaya khusus ikan wader salah satunya di UPT PBAT Umbulan Pasuruan yang membudidayakan ikan wader pari (*Rasbora lateristriata*) dan

ikan wader cakul (*Puntius binotatus*). Kurangnya perhatian mengenai budidaya ikan ini dikarenakan belum banyak informasi mengenai ikan wader secara umum, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk menunjang proses budidayanya. Disamping itu kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya budidaya konservasi. Data produksi secara riil baik penangkapan maupun budidaya serta sistem pemasaran ikan wader dari Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan belum tersedia. Penelitian tentang saluran pemasaran, sistem pemasaran dan efisiensi pemasaran diharapkan dapat memberikan gambaran tentang usaha penangkapan ikan wader di Kabupaten Lamongan. Hal ini yang mendasari penelitian ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan mulai 01-30 Maret 2023 pada nelayan ikan wader yang berasal dari Desa Gondang Lor Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan dan di Pasar Ikan Lamongan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dengan pendekatan deskriptif dan analitis. Metode deskriptif

bertujuan untuk menggambarkan populasi atau wilayah tertentu secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan berbagai karakteristik dan faktor spesifik (Santoso, 2012). Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini sengaja memilih di Desa Gondang Lor Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan, karena lokasi tersebut terdapat nelayan yang khusus melakukan penangkapan ikan wader. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode sampel bertujuan atau *purposive sample*, yang di ambil dari 12 orang nelayan ikan wader dan 1 (satu) pedagang pengumpul di Pasar Ikan Kabupaten Lamongan. Untuk mengetahui besar pendapatan dengan menggunakan analisis pendapatan, dari usaha penangkapan dan pengolahan ikan wader digunakan analisis sebagai berikut:

### **Biaya**

Pengeluaran dalam perikanan darat dapat dibagi menjadi biaya tetap dan tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya penyusutan, biaya modal investasi, dan biaya tenaga kerja. Biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya bahan bakar, biaya bahan sekunder, biaya transportasi, dan waktu pengiriman produk. Total biaya adalah jumlah biaya tetap dan variabel. Perhitungan biaya total mengacu pada Sudarsono (2008) dalam Faisal (2022) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = biaya total

TFC = total biaya tetap

TVC = total biaya variabel

### **Penerimaan**

Total omset perusahaan ditentukan dengan mengalikan jumlah produk yang di produksi (dijual) dengan harga produk. Secara matematis dituliskan mengacu pada Sukirno (2005) dalam Faisal (2022) dengan rumus :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan usaha penangkapan ikan wader (Rp)

P = Harga ikan wader per unit (Rp)

Q = Jumlah ikan wader yang dihasilkan (unit)

### **Keuntungan**

Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya-biaya.

Secara matematis dituliskan mengacu pada Mubyarto (2003) dalam Faisal (2022) dengan rumus :

$$\pi = TR - TC$$

$$\pi = (P \times Q) - (VC + FC)$$

Keterangan :

$\pi$  = Keuntungan usaha penangkapan ikan wader (Rp)

TR = Total penerimaan usaha penangkapan ikan wader (Rp)

TC = Total biaya usaha penangkapan ikan wader (Rp)

P = Harga ikan wader per unit (Rp)

Untuk mengetahui saluran-saluran pemasaran digunakan analisis deskriptif. Saluran penjualan ikan wader wader di Kabupaten Lamongan dipantau dari sisi nelayan dengan menghitung rasio pasokan jumlah wader dari nelayan ke pengecer ke konsumen akhir. Jalur pemasaran menunjukkan peta saluran pemasaran Anda. Saluran pemasaran dianalisis dengan mengamati agen pemasaran yang membentuk saluran ini.

Menganalisis sistem pemasaran menggunakan analisis kuantitatif untuk mengungkapkan data seperti data harga

jual dan beli, biaya pemasaran, margin pemasaran, dan keuntungan pemasaran.

### **Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran, berdasarkan Tibrani (2015), adalah biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan suatu produk dari produsen ke konsumen dan dirumuskan sebagai:

$$Bp = Bp1 + Bp2 + \dots + Bpn$$

Keterangan:

Bp = Biaya pemasaran (Rp/kg) Bp1, Bp2...

Bpn = Biaya pemasaran tiap - tiap lembaga pemasaran (Rp/kg)

### **Margin Pemasaran (Marketing Margin)**

Mengacu pada Sarwanto dkk. (2016), margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen dengan menggunakan rumus:

$$MP = Hk - Hp$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp/kg)

Hk = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Hp = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Selanjutnya, margin pemasaran adalah total yang diperoleh perantara, yang terdiri dari himpunan biaya pemasaran dan keuntungan yang direalisasikan oleh perantara, mengacu pada rumus Tibrani (2015) sebagai berikut:

$$Mp=Bp+Kp$$

Keterangan:

Mp = Marjin pemasaran (Rp/kg)

Bp = Biaya pemasaran (Rp/kg)

Kp = Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

### Keuntungan Pemasaran

Keuntungan adalah jumlah keuntungan yang dibuat oleh setiap rantai pemasaran, mengacu pada Tibrani (2015), dan dirumuskan sebagai berikut:

$$Kp=Kp1 + Kp2 + \dots + Kpn$$

Keterangan:

Kp = Keuntungan pemasaran (Rp/kg) Kp1, Kp2,

Kpn = Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran (Rp/kg)

Untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran Anda, Anda dapat menghitung nilai persentase margin pemasaran dan persentase pangsa yang diterima oleh produsen. Margin keuntungan pemasaran untuk setiap saluran pemasaran mengacu pada Tibrani (2015) dan dirumuskan sebagai berikut:

$$MM = \frac{HK - HP}{HK} \times 100$$

Keterangan:

MM = Marjin pemasaran (%)

HK = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

HP = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Selain itu, untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran sistem

distribusi untuk ikan wader, *farmer's share* (FS) dan marketing margin (MM) digunakan sebagai ukuran efisiensi, dengan menggunakan rumus (Hanafiah, 2006):

$$Fs = \frac{\text{Harga Jual Petani}}{\text{Harga Tingkat Eceran}} \times 100\% \quad (6)$$

$$MM = \frac{\text{Hg Tk Eceran} - \text{Hg Jual Petani}}{\text{Harga Tingkat Eceran}} \times (7)$$

1. Jika ternyata  $FS > MM$ , maka sistem pemasaran dikatakan efisien, sebaliknya
2. Jika  $FS < MM$  maka sistem pemasaran tidak efisien.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pendapatan Usaha Penangkapan dan Pengolahan Ikan Wader

Dari operasi Penangkapan selama bulan Juni 2022 didapatkan rata-rata pendapatan sebesar sekitar Rp 2.947 per nelayan. Namun usaha ini hanya bisa dijalankan pada saat memasuki bulan Juni-Oktober di setiap tahunnya. Tidak hanya ikan wader mentah tetapi juga ikan wader goreng dan ikan wader kering diproses dan dijual. Sisa ikan wader yang tidak dikirim diolah menjadi ikan wader goreng, juga dikenal sebagai ikan wader kering, oleh istri nelayan. Dalam satu kali produksi, dapat menghasilkan 10 kg ikan wader goreng, yang ia jual seharga Rp 25.000 per kg (Rachmadi, 2019). Dengan

asumsi dalam seminggu melakukan proses produksi 2 (dua) kali maka menghasilkan produksi sebanyak 20 kg ikan wader goreng, nelayan mendapatkan pendapatan sebesar Rp 500 per minggu. Sehingga dalam sebulan menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 2.000.

#### **Saluran Pemasaran Ikan Wader Segar**

Menurut Fauzan (2020) dalam Rolanda, dkk (2022) Saluran pemasaran adalah jalur di mana barang melakukan perjalanan dari produsen atau petani ke perantara dan akhirnya ke pengguna atau konsumen. Berdasarkan Husnidar (2016), Kotler and Keller Marketing memiliki empat tingkat saluran pemasaran:

1. Saluran Tingkat Nol yaitu Produsen yang menjual produknya langsung ke konsumen akhir tanpa perantara.
2. Saluran Tingkat Satu yaitu Produsen yang menjual produknya dengan satu perantara produsen-pengecer-konsumen akhir.
3. Saluran Tingkat Dua yaitu Produsen yang menjual produknya melalui dua perantara produsen-pedagang besar-pengecer-konsumen akhir.
4. Saluran Tingkat Tiga yaitu Produsen yang menjual produknya melalui Tiga perantara produsen-pedagang besar-agen-pengecer-konsumen akhir.

Saluran pemasaran ikan wader segar di Desa Gondang Lor terdiri dari dua saluran yaitu: saluran langsung dan saluran tidak langsung. Saluran langsung adalah saluran yang memproses dan menjual snipe mentah menjadi ikan goreng atau kering. Selain itu, saluran pemasaran tidak langsung digunakan untuk memasarkan ikan wader segar untuk konsumsi, dan agen pemasaran yang terlibat termasuk nelayan, agen, pengepul, pengecer, dan konsumen. akan menjadi nelayan yang menjual ikan segar dan ikan untuk diolah, semuanya berasal dari waduk sekitar Lamongan. Para nelayan biasanya tidak melakukan tangkapan sendiri, namun dibantu oleh sanak keluarga atau tetangga. Nelayan mengeluarkan biaya sebesar Rp 200,-/kg.

Pengumpul adalah seseorang yang membeli ikan yang dipanen oleh nelayan dan menjualnya ke pengecer. Para pedagang ini berasal dari berbagai daerah di luar Desa Gondang Lor. Para pedagang ini menghubungi agen berlangganan mereka dan mengetahui terlebih dahulu harga jual ikan yang mereka beli. Jumlah ikan yang dibeli setiap pengecer dalam satu pengiriman adalah 300-500 kg. Ikan biasanya diangkut pada sore dan malam hari, dan ikan harus hidup sebelum mencapai pengecer.

Pedagang pengecer berlokasi di Pasar Ikan Lamongan, Pasar Surabaya, Pasar Sidoarjo, dan Pasar Jawa Tengah. Saat menjual ikan wader di setiap pasar, pengecer biasanya sudah memiliki perjanjian pembelian dengan pedagang

besar. Pembayaran untuk ikan dari pengecer ke pedagang dilakukan secara tunai. Tabel 2 menunjukkan tingkat harga (harga beli dan harga jual) ikan wader di setiap agen penjualan.

**Tabel 2. Harga Beli dan Harga Jual Ikan Wader Segar dari Desa Gondang Lor Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran**

No	Lembaga Pemasaran	Daerah Tujuan Pemasaran								Rata-Rata
		Pasar Ikan Lamongan		Pasar di Sidoarjo		Pasar di Surabaya		Pasar di Jateng		
		Beli (Rp)	Jual (Rp)	Beli (Rp)	Jual (Rp)	Beli (Rp)	Jual (Rp)	Beli (Rp)	Jual (Rp)	
1.	Nelayan	-	9.500,-	-	9.500,-	-	9.500,-	-	9.500,-	9.500,-
2.	Agen Penghubung	-	100,-	-	100,-	-	100,-	-	100,-	100,-
3.	Pedagang Pengumpul	9.800,-	11.500,-	9.800,-	11.800,-	9.800,-	12.400,-	9.800,-	14.500,-	12.550,-
4.	Pengecer	11.500,-	12.500,-	12.800,-	13.500,-	12.800,-	13.500,-	16.000,-	22.000,-	13.375,-

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 2, rata-rata harga ikan wader di tingkat nelayan di desa Gondang Lor adalah Rp 9.500/kg. Agen yang bertindak sebagai perantara antara nelayan pesisir dan pengepul menerima komisi dari pengepul sebesar Rp 100 per kg ikan yang dibeli pengepul dari nelayan. Harga beli ikan wader dari dealer umum adalah 12.550 Rp / kg. Harga pembelian Wader antar kolektor didasarkan pada wilayah pemasaran yang berbeda. Harga jual pedagang pengumpul ke pengecer ikan wader pemasaran di pasar ikan Lamongan Rp 9.800/kg, harga jual grosir ke pengecer di pasar Sidoarjo Rp 11.800/kg, dan harga jual pedagang pengumpul ke pengecer di pasar

Surabaya Rp 11.800/kg. Selain itu, pengecer menjual dengan harga berbeda. Situasi ini disebabkan oleh kondisi pasar berbagai pengecer. Semakin dekat letak pasar pedagang pengecer dengan daerah produsen (nelayan), harga jual relatif lebih murah.

Harga jual rata-rata wader tingkat pengecer di pasar ikan Lamongan adalah Rp 13.500/kg; harga jual rata-rata ikan tingkat pengecer di Pasar Sidoarjo adalah Rp 13.500/kg; dan harga jual rata-rata ikan tingkat pengecer di pasar adalah Rp 13.500 /kg Harga di Surabaya Rp 13.500 per kg, dan harga jual ikan di tingkat eceran di Jawa Tengah Rp 22.000 per kg. Harga jual rata-rata untuk pengepul

adalah 12.550 Rp/kg, dan harga jual rata-rata untuk pengecer adalah 15.375 Rp/kg.

**Sistem Pemasaran Ikan Wader Segar**

Biaya pemasaran adalah biaya yang ditanggung oleh pengepul dan pengecer untuk kegiatan terkait pemasaran mereka, tetapi pengepul yang datang ke tempat nelayan untuk membeli ikan mengeluarkan biaya pemasaran, sehingga nelayan mengeluarkan biaya pemasaran. Demikian pula, tidak ada biaya pemasaran untuk tengkulak, karena mereka hanya bertindak sebagai penghubung antara pengumpul dan nelayan. Dari kegiatan keagenan ini, agensi menerima komisi sebesar Rp 100 per kg ikan dari pengepul, yang kemudian menjualnya kembali kepada nelayan.

Pedagang pengumpul membeli ke rumah nelayan dengan pickup L300. Jumlah ikan yang dibeli kolektor pada satu waktu adalah 300-500 kg. Pembelian ikan untuk nelayan dilakukan di pagi hari. Pembayaran kepada nelayan dilakukan secara tunai. Ikan yang dibeli dimasukkan ke dalam drum plastik, dikumpulkan oleh pengepul, dan didistribusikan ke pengecer di setiap wilayah sasaran pemasaran, seperti Pasar Ikan Lamongan, Pasar Sidoarjo, Pasar Surabaya, dan Pasar Jawa Tengah.

Pedagang pengumpul yang menjual ikan wader segar di pasar-pasar di Surabaya, Sidoarjo dan Jawa Tengah hanya membeli ikan seminggu sekali. Pasar di Lamongan mengumpulkan pedagang untuk pemasaran dan belanja sehari-hari. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengepul meliputi komisi keagenan, biaya panen ikan, pengangkutan ikan dan pembelian bahan bakar motor untuk konsumsi dalam perjalanan. Biaya pemasaran yang ditanggung pengecer meliputi biaya sewa stan, biaya pengumpulan pasar, dan biaya pembelian kantong plastik untuk mengemas ikan untuk pembelian konsumen. Tabel 3 menunjukkan rincian total pengeluaran perantara dan biaya pemasaran dalam menjual ikan wader segar dari Desa Gondang Lor.

**Tabel 3. Biaya Pemasaran Ikan wader Segar dari Desa Gondang Lor ke Daerah Tujuan**

No	Tujuan Pemasaran	Biaya Pemasaran		Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)
		Pedagang Pengumpul (Rp/kg)	Pedagang Pengecer (Rp/kg)	
1	Pasar Ikan Lamongan	508,33	735,00	1.243,33
2	Pasar di Surabaya	591,67	835,00	1.426,67
3	Pasar di Sidoarjo	591,67	835,00	1.426,67
4	Pasar di Jawa Tengah	737,5	950,00	1.687,50

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Dari Tabel 3, dapat melihat bahwa biaya pemasaran tertinggi sebesar Rp 1.687,50/kg di pasar Jawa Tengah dan terendah sebesar Rp 1.243,33/kg di pasar ikan Lamongan. Situasi ini disebabkan karena jarak daerah produsen ikan wader segar di Desa Gondang Lor dengan lokasi Pasar di Jawa Tengah yang sekitar 180 km, di lain pihak jarak dari Desa Gondang Lor dengan Pasar di Sidoarjo sekitar 65 km dan dengan Pasar di Surabaya sekitar 40 km. Sehingga, semakin jauh jarak produsen dengan konsumen, maka semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan.

### Margin Pemasaran

**Tabel 4. Marketing Margin, Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran Ikan wader segar dari Desa Gondang Lor ke Daerah Tujuan**

No	Daerah Tujuan Pemasaran	Biaya Pemasaran		Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)
		Marjin Pemasaran (Rp/kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	
1	Pasar Ikan Lamongan	3,- (100%)	1.243,33 (41,44%)	1.756,67 (58,56%)
2	Pasar di Surabaya	4,- (100%)	1.426,67 (35,67%)	2.573,33 (64,33%)
3	Pasar di Sidoarjo	4,- (100%)	1.426,67 (35,67%)	2.573,33 (64,33%)
4	Pasar di Jawa Tengah	5.500,00 (100%)	1.687,50 (30,68%)	3.812,50 (69,32%)

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa distribusi marketing margin pemasaran ikan wader segar pada masing-masing daerah tujuan pemasaran berbeda-beda dengan margin pemasaran terbesar yaitu Rp 5.500,-/kg dengan tujuan Pasar di

Menurut Rahman, dkk (2014), margin pemasaran didefinisikan sebagai perbedaan antara harga tingkat produsen dan harga tingkat konsumen. Analisis margin pemasaran digunakan untuk menentukan alokasi biaya dari setiap kegiatan pemasaran dan keuntungan masing-masing perantara, serta bagian petani dari harga. Dengan kata lain, analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dan penjualan. Tabel 4 menunjukkan distribusi margin pemasaran berdasarkan tujuan pemasaran dalam pemasaran ikan wader segar.

Jawa Tengah dan terkecil dengan tujuan Pasar Lamongan yaitu Rp 3.000,-/kg. Selanjutnya, untuk mengetahui profit margin pemasaran ikan wader segar Desa Gondang Lor yang diperoleh disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Profit Margin Ikan Wader Segar Desa Gondang Lor ke Daerah Tujuan Pemasaran (Rp/Kg)

No	Daerah Tujuan Pemasaran	Profit Margin	
		Pedagang Pengumpul (Rp/kg)	Pedagang Eceran (Rp/kg)
1	Pasar Ikan Lamongan	1.491,67	2.265,00
2	Pasar di Surabaya	1.708,33	2.365,00
3	Pasar di Sidoarjo	1.708,33	2.365,00
4	Pasar di Jawa Tengah	4.262,50	1.550,00

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 5, margin keuntungan yang dicapai antara kolektor dan pengecer bervariasi menurut area pemasaran. Di tingkat distributor, tingkat keuntungan tertinggi dicapai di pasar Jawa Tengah adalah Rp 4.262,50/kg, dan tingkat keuntungan terendah adalah Rp 1.491,-/kg ketika dijual di pasar Lamongan. Di tingkat pengecer, harga tertinggi di pasar Sidoarjo dan Surabaya adalah Rp 2.365,-/kg, sedangkan harga terendah di pasar Jawa Tengah adalah Rp 1.550,-/kg.

### Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran ikan wader segar dari desa Gondang Lor ke wilayah sasaran pemasaran (Tabel 6) menunjukkan bahwa keuntungan pemasaran terbesar adalah pemasaran makanan laut sebesar Rp 5.812,50 / kg di pasar sasaran Jawa Tengah, dan terkecil adalah Rp 3.756,67 / kg untuk pasar Lamongan.

### Efisiensi Pemasaran Ikan wader Segar Desa Gondang Lor

Tabel 6. Marketing Margin dan Fish farmer's Share Ikan Wader Segar dari Desa Gondang Lor

No	Daerah Tujuan Pemasaran	Tingkat Harga		Marketing Margin	Fish Farmer's Share (Rp/kg)
		Produsen (Rp/kg)	Konsumen (Rp/kg)		
1	Pasar Ikan Lamongan	9.500,-	12.500,-	3.000,-	9.500,-
2	Pasar di Surabaya	9.500,-	13.500,-	4.000,-	9.500,-
3	Pasar di Sidoarjo	9.500,-	13.500,-	4.000,-	9.500,-
4	Pasar di Jawa Tengah	9.500,-	16.500,-	5.500,-	9.500,-

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Dari Tabel 6, dapat dilihat bahwa margin pemasaran wader segar di pasar Lamongan adalah Rp. 3.000,-/kg, atau 24,00%, dan pangsa petani adalah Rp. 9.500,-/kg, atau 76,00%. Margin pemasaran fresh wader di pasar Sidoarjo dan Surabaya sebesar Rp 4.000/kg atau 29,63%; pangsa pembudidaya ikan

sebesar Rp/kg 9.500,00 atau 70,37%; dan margin pemasaran fresh wader di pasar Jawa Tengah adalah Rp 5.500/kg. atau 36,67%; bagian yang diterima nelayan sebesar Rp 9.500/kg atau 63,33%.

Selanjutnya, sistem pemasaran dianggap efisien apabila proporsi yang diterima produsen (percentage of farmers'

share) relatif lebih besar dibandingkan proporsi margin pemasaran (percentage of marketing margin). Dengan membandingkan nilai margin pemasaran dengan nilai saham petani, Anda dapat

menentukan apakah sistem pemasaran Anda efisien. Pada Tabel 7 disajikan kriteria fish farmer's share untuk masing-masing daerah pemasaran.

**Tabel 7. Kriteria Efisiensi Pemasaran Berdasarkan Persentase Nilai Marketing Margin dan FishFarmer's Share Ikan Wader Segar**

No	Daerah Tujuan Pemasaran	Marketing Margin (%)	Fish Farmer Share (%)	Kriteria Efisiensi Pemasaran
1	Pasar Ikan Lamongan	24,00	76,00	FS > % MM, maka efisien
2	Pasar di Surabaya	29,63	70,37	FS > % MM, maka efisien
3	Pasar di Sidoarjo	29,63	70,30	FS > % MM, maka efisien
4	Pasar di Jawa Tengah	36,67	63,33	FS > % MM, maka efisien

Sumber : Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 7 membandingkan nilai persentase bagian nelayan (rasio nelayan) dengan persentase margin pemasaran dari tabel di atas. Terlihat bahwa di keempat wilayah pemasaran tersebut, proporsi pangsa nelayan lebih besar dari proporsi margin pemasaran. Ini berarti pemasaran ikan wader segar efisien dalam empat bidang pemasarannya. Margin keuntungan pemasaran para ikan wader segar di desa Gondang Lo dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: (1) Perbedaan harga jual di tingkat konsumen di empat pasar (2) Perbedaan jarak dari daerah produksi (Desa Gondang Lor) ke daerah konsumsi (pasar Lamongan, pasar Sidoarjo, pasar Surabaya, pasar Jawa Tengah) (3) Biaya pemasaran untuk keempat wilayah sasaran pemasaran terutama perbedaan biaya transportasi.

Secara keseluruhan, pemasaran ikan wader segar di Pasar Lamongan, Pasar Sidoarjo, Pasar Surabaya, dan Pasar Jawa Tengah berjalan efisien. Hal ini karena dinilai berharga sebagai target pemasaran dengan pangsa pembudidaya ikan yang tinggi di keempat wilayah tersebut, dengan rata-rata 70% keunggulan pemasaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Hal ini sesuai dengan pendapat Yusara (2018) dalam Rolanda, dkk (2022) menyatakan bahwa kriteria pangsa gadai sudah efisien karena nilai persentase pangsa gadai di atas 50%. Ini adalah situasi yang sama dengan pemasaran ikan wader segar di Desa Gondang Lor.

Berdasarkan empat wilayah sasaran pemasaran, pemasaran Lamongan merupakan saluran pemasaran ikan wader segar yang paling efisien. Hal ini sesuai

dengan Soekartawi (2011) bahwa terdapat efisiensi pemasaran ketika: (1) Keuntungan pemasaran dapat ditingkatkan karena biaya pemasaran dapat ditekan. (2) Kesenjangan antara harga yang dibayar oleh konsumen dan produsen tidak begitu besar.

Karena setiap pedagang perantara memanfaatkan upaya mereka, margin keuntungan yang dicapai setiap broker dapat mempengaruhi nilai margin pemasaran. Semakin banyak perantara, semakin berharga margin pemasarannya. Efisiensi terbesar dalam menjual wader segar dari Desa Gondang Lor terletak pada pemasaran lokal, tetapi produksi wader segar masih dijual di luar daerah. Ini karena pemasaran lokal tidak dapat mencakup seluruh produksi ikan wader segar. Oleh karena itu, saluran penjualan luar wilayah juga diperlukan, dan masih ada permintaan besar di luar wilayah untuk ikan wader segar.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh oleh nelayan adalah sebesar Rp. 2.947.000,00 per nelayan ikan wader segar. Pemasaran ikan wader segar hasil penangkapan nelayan di Desa Gondang Lor disalurkan

melalui agen yang bertindak sebagai penghubung antara petani ikan dengan pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul menyalurkan ikan ke pedagang pengecer pada masing-masing daerah tujuan pemasaran, yaitu Pasar ikan Lamongan, Pasar di Sidoarjo, Pasar di Surabaya dan Pasar di Jawa Tengah. Sistem pemasaran ikan wader segar, meliputi: biaya pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada Pasar di Jawa Tengah, yaitu biaya pemasaran Rp 1.687,50/kg, margin pemasaran yaitu Rp 5.500,00/kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 5.812,50/kg. Dan Efisiensi pemasaran ikan wader segar Desa Gondang Lor sudah efisien dengan nilai farmer's share (FS) rata-rata 70 % untuk keempat daerah tujuan pemasaran lebih besar dari nilai marketing margin.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap. 2013. Petunjuk Teknis Penangkapan Ikan Ramah Lingkungan. Departemen Kelautan dan Perikanan, Jakarta
- Hanafiah, A M., A. M. Saefudin. 2006. Tataniaga Hasil Perikanan. UI Press. Jakarta
- Husnidar.2016. "Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Kue Tradisional Khas Aceh Pada Ud. Meugah Di Gampong Langung Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat". Universitas Teuku Umar Meulaboh

- Sari, Tri Rohma. 2015. A Karakterisasi Hidrolisat Protein Ikan Wader (*Rasbora jacobsoni*) Secara Enzimatis Dengan Enzim Protease Dari Tanaman Biduri (*Calotropis gigantea*). Jember. Universitas Jember
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Budiharjo, Agung. 1970. "Selection and Potential Aquaculture of *Rasbora*." *Biodiversitas Journal of Biological Diversity* 3(2):225–30. doi: 10.13057/biodiv/d030203.
- Faisal, Herry Nur. 2022. "Studi Kelayakan Usaha Budidaya Ikan Lele Dengan Sistem Kolam Terpal (Studi Kasus Pada Peternak Ikan Lele Dengan Sistem Kolam Terpal Di Desa Kacangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)." *AGRIBIOS: Jurnal Ilmiah* 20(2):219–26. doi: <https://doi.org/10.36841/agribios.v20i2.1901>.
- Hidayati, Laili, Lismi Animatul Chisbiyah, and Titi Mutiara Kiranawati. 2012. "Evaluasi Mutu Organoleptik Bekasam." *Jurnal Teknologi Industri Boga Dan Busana* 3:44–51.
- Latif, I. 2021. *Cara Sukses Budidaya Ikan Wader Yang Cepat Panen*. Elementa Agro Lestari.
- Rahman, Dedi, Elwamendri, and Yusma Damayanti. 2014. "Analisis Tataniaga Pinang (*Areca Catechu. L*) Pada Pasar Produsen Di Kecamatan Muara Sabak Timur Kabupaten Tanjung Jabung Timur". *Sosio Ekonomika Bisnis* 2(150):59–61.
- Rolanda, Vikki Ruwela, Wedy Nasrul, and Yuliesi Purnawati. 2022. "Analisis Sistem Pemasaran Jamur Tiram Di Kecamatan Payakumbuh Utara Kota Payakumbuh." *Menara Ilmu* 16(2):101–8. doi: 10.31869/mi.v16i2.3294.
- Sarwanto, Catur, Eko Sri Wiyono, Tri Wiji Nurani, and John Haluan. 2016. "Kajian Sistem Pemasaran Ikan Hasil Tangkapan Nelayan Di Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Diy." *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 9(2):207. doi: 10.15578/jsekp.v9i2.1222.
- Tibrani. 2015. "Analisis Sistem Pemasaran Ikan Patin Segar Desa Koto Mesjid Ke Daerah Tujuan Pemasaran." *Jurnal Dinamika Pertanian* 30(3):273–82.