

POLA DISTRIBUSI DAN EFISIENSI PEMASARAN IKAN CAKALANG DI PPI DUFA-DUFA KOTA TERNATE

Distribution Pattern and Marketing Efficiency of Skipjack Fish in PPI Dufa-Dufa Ternate City

Oleh:

Rian Hidayat^{1*}, Eko Sri Wiyono², Iin Solihin², Roza Yusfiandayani²

¹Program Studi Teknologi Perikanan Laut, IPB University,
Bogor, Indonesia

²Departemen Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, IPB
University, Bogor, Indonesia

*Korespondensi penulis: rianhidayat04rian@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Hasil tangkapan Ikan di Kota Ternate sebagian besar didaratkan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Dufa-dufa. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) merupakan salah satu pelabuhan yang menjadi pusat pengembangan ekonomi industri perikanan baik dari segi produksi maupun penjualan. Cakalang merupakan salah satu jenis ikan yang didaratkan di PPI Dufa-dufa. Cakalang menjadi hasil tangkapan unggulan nelayan di PPI Dufa-dufa selain tuna, tongkol dan kembung. Tujuan penelitian bertujuan untuk mengetahui pola distribusi dan efisiensi pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan jenis data yaitu data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan adanya 5 jalur distribusi ikan cakalang yaitu: jalur I terdiri dari: nelayan, pelaksana, pedagang (*dibo-dibo*). Jalur distribusi II terdiri dari: nelayan, pedagang (*dibo-dibo*). Jalur distribusi III yaitu: nelayan, pedagang (*dibo-dibo*), pedagang kecil. Jalur distribusi IV terdiri dari nelayan, pelaksana, perusahaan. Jalur V yaitu terdiri dari: nelayan dan konsumen. Berdasarkan kriteria efisiensi pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate pada setiap jalur distribusi menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran masih di bawah <5% dimana pada pada pelaku distribusi pelaksana sebesar 0,00, pedagang (*dibo-dibo*) 1,58 dan pedagang kecil 4,17%.

Kata kunci: cakalang, efisiensi pemasaran, pola distribusi, PPI Dufa-dufa

ABSTRACT

*Most of the fish caught in Ternate City are landed at the Dufa-dufa Fish Landing Base (PPI). The Fish Landing Base (PPI) is a special port which is the center for the economic development of the fishing industry, both in terms of production and sales. Skipjack is a type of fish that is landed at the Dufa-dufa Fish Landing Base (PPI). Skipjack is the main catch of fishermen at PPI Dufa-dufa besides tuna, tuna and mackerel. The aim of the study was to determine the pattern of distribution and marketing efficiency of skipjack tuna at PPI Dufa-dufa, Ternate City. This type of research is descriptive with data types namely primary and secondary data. This research uses the method purposive sampling. The results showed that there were 5 distribution channels for skipjack tuna, namely: line I consisted of: fishermen, implementers, traders (*dibo-dibo*). Distribution channel II consists of: fishermen, traders (*dibo-dibo*), Distribution channel III, namely: fishermen, traders (*dibo-dibo*), small trader. Distribution channel IV consists of fishermen, implementers, companies. And line V, which consists of: fishermen and consumers. Based on the efficiency criteria for skipjack tuna marketing at PPI Dufa-dufa Ternate City on each distribution channel it shows that marketing efficiency is still below <5% where the executor distribution agent is 0.00, traders (*dibo-dibo*) 1.58 and small traders 4.17%.*

Key words: distribution pattern, Dufa-dufa PPI, marketing efficiency, skipjack

PENDAHULUAN

Kota Ternate merupakan salah satu kota yang terdapat di Provinsi Maluku Utara dengan luas wilayah 5,709.58 km² yang terdiri dari luas daratan 162,03 km² dan luas perairan 5,547.55 km². Perairan yang luas menjadikan Kota Ternate memiliki kekayaan pada sektor perikanan yang potensial dikembangkan. Menurut BPS (2021) Ternate menjadi produsen perikanan laut terbesar di Maluku Utara dengan produksi hasil perikanan laut sebesar 52,9 ton. Sektor perikanan merupakan sektor yang paling berperan penting dalam perekonomian Kota Ternate. Kontribusi sektor perikanan dan pertanian pada PDRB tahun 2017 sebesar 339.769,98 atau 4% dari PDRB Kota Ternate (BPS 2018).

Potensi sumber daya ikan di perairan Kota Ternate diperkirakan dengan pendekatan wilayah pengelolaan perikanan (WPP). Menurut Assagaf *et al.* (2008) sumber daya ikan di perairan Kota Ternate dapat diestimasi secara kasar dengan pendekatan rasio luas wilayah pengelolaan perikanan (WPP) dengan luas perairan yakni 0,507% dari luas WPP atau seluas 5,547,55 km². Oleh karena itu perkiraan Potensi sumber daya ikan Kota Ternate pada WPP 715 sebesar 6,300,495 ton/tahun (Kepmen, KP.No.50 Tahun 2017). Perkiraan potensi sumber daya ikan di Kota Ternate berdasarkan wilayah pengelolaan perikanan (WPP) 715 pada tahun 2018 (Assagaf *et al.* 2020).

Hasil tangkapan Ikan di Kota Ternate sebagian besar didaratkan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Dufa-dufa. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) merupakan pelabuhan khusus yang menjadi pusat pengembangan ekonomi industri perikanan baik dari segi produksi maupun penjualan. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) merupakan tempat untuk memasarkan hasil tangkapan, sebagai salah satu fungsi utama dalam kegiatan perikanan dan juga merupakan salah satu faktor yang menggerakkan dan meningkatkan usaha dan kesejahteraan nelayan. Pemasaran ikan dilakukan melalui pelelangan (Budiyami *et al.* 2018). PPI Dufa-dufa menjadi tempat pendaratan ikan hasil tangkapan nelayan di Kota Ternate. Nelayan yang mendaratkan ikan di PPI Dufa-Dufa melakukan kegiatan penangkapan di WPP 715, potensi lestari di di WPP 715 ini sebesar 6.300.496 ton/tahun (KKP 2017).

Cakalang merupakan salah satu jenis ikan yang didaratkan di Pangkalan Pendaratan ikan (PPI) Dufa-dufa. Cakalang menjadi hasil tangkapan unggulan nelayan di PPI Dufa-dufa selain tuna, tongkol dan kembung. Menurut Irham *et al.* (2019), PPI Dufa-dufa adalah lokasi pendaratan ikan cakalang. Dalam kurun waktu lima tahun dari 2017 hingga 2021 produksi ikan cakalang mengalami peningkatan sebesar 2.97 persen DKP Kota Ternate (2022). PPI Dufa-dufa adalah sentra aktivitas ekonomi perikanan Kota Ternate sebagai salah satu fungsi utama Pelabuhan perikanan mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan distribusi hasil tangkapan hingga konsumen.

Distribusi adalah bagian dari aktivitas pemasaran. Kegiatan ini menjadi sangat penting dalam penjualan produk khususnya pemasaran hasil perikanan. Pemasaran hasil perikanan merupakan kegiatan terpenting dalam usaha distribusi hasil tangkapan, hal ini menjadi penting sebab kegiatan ini menjadi faktor penentu berjalannya proses penjualan hasil tangkapan dimana nelayan sebagai produsen (Tjiptono 2008). Dalam proses distribusi terdapat beberapa perantara dalam proses penyaluran dari produsen hingga konsumen. Sejalan dengan itu Kakati *et al.* (2017) dalam proses distribusi seringkali produsen menggunakan perantara sebagai penyalur.

Dalam proses distribusi tentunya harga pada setiap jalur berbeda hal ini juga didukung dengan pendapat Ekayanti (2019) dalam pemasaran ikan pastinya harga ikan akan berbeda pada setiap jalur distribusi. Hal ini disebabkan ikan harus melewati beberapa jalur sebelum sampai ke konsumen. Semakin panjang jalur distribusi yang dilewati ikan, maka harga ikan semakin naik. Menurut Septiara *et al.* (2012), semakin panjangnya jalur yang akan dilewati ikan maka akan berpengaruh pada harga ikan pada konsumen akhir. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dianalisis pola distribusi dan margin pemasaran mulai dari nelayan hingga konsumen akhir.

METODE PENELITIAN

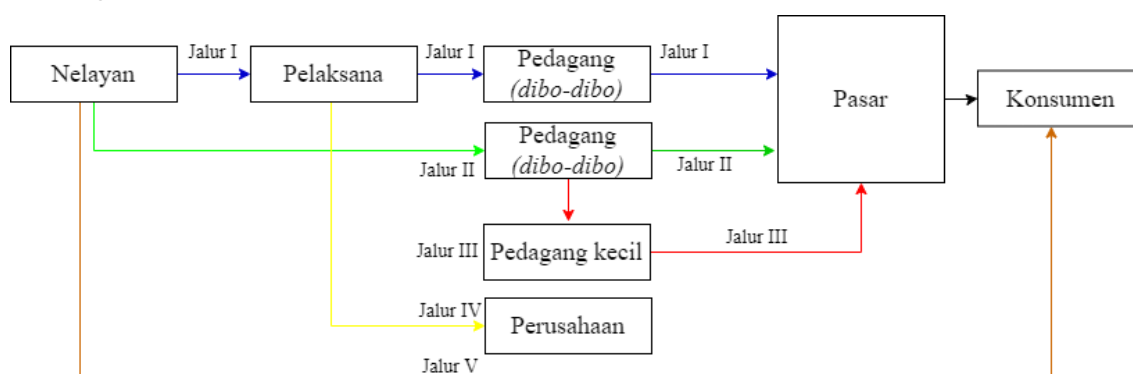
Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni tahun 2022 di PPI Dufa-dufa Kota Ternate. Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu jalur distribusi, pelaku distribusi, harga jual beli/kg, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data BP3D wilayah III tentang jumlah produksi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate. Responden dalam penelitian ini yaitu nelayan, pelaksana, pengepul, dan pedagang kecil. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* untuk menentukan responden. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah nelayan yang berlabuh di PPI Dufa-dufa Kota Ternate, pelaksana yang beraktivitas di PPI Dufa-dufa, pengepul atau *dibo-dibo* yang mengambil ikan di PPI Dufa-dufa, dan pedagang kecil yang mengambil ikan di PPI Dufa-dufa.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung, wawancara dan penyebaran kuisioner. Penelitian dimulai dengan observasi ke lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi lokasi penelitian, nelayan yang mendaratkan ikan hasil tangkapan di PPI Dufa-dufa. Kemudian Menyusun kuisioner berdasarkan parameter penelitian seperti jalur distribusi, biaya pemasaran, biaya pada setiap jalur distribusi (transportasi, es, pungutan, tenaga kerja) operasional nelayan, harga beli (Rp/kg) dan harga jual (Rp/kg) pada masing-masing jalur distribusi. Kemudian pada tahap selanjutnya melakukan analisis data, untuk menghitung margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran analisis data dilakukan secara statistik deskriptif dengan menghitung margin pemasaran, keuntungan pemasaran selanjutnya akan dibahas secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Distribusi Ikan Cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate

Distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa terdapat 4 jalur dengan pelaku distribusi yang terdiri dari nelayan, pelaksana, pedagang (*dibo-dibo*), perusahaan. Nelayan sebagai produsen yang melakukan aktivitas penangkapan kemudian hasil tangkapan di jual oleh pelaksana, pelaksana merupakan pelaku yang melakukan aktivitas penjualan hasil tangkapan nelayan, selain itu pelaksana berperan untuk memantau harga ikan di pasar pemantauan ini berdasarkan harga, dan kondisi cuaca guna menentukan harga jual. Pedagang atau *dibo-dibo* merupakan pelaku yang mengambil ikan dari pelaksana kemudian dipasarkan. Konsumen merupakan akhir dari proses distribusi ikan cakalang. Pola distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Pola dan distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa

Bedasarkan Gambar 1, hasil tangkapan nelayan di PPI Dufa-dufa dijual oleh pelaksana ke pedagang atau *dibo-dibo*, pedagang kecil, perusahaan, dan konsumen sehingga terbentuk 4 jalur distribusi cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate.

Jalur distribusi pertama: Nelayan – Pelaksana – Pedagang atau (*dibo-bdibo*) – Pasar – Konsumen. Pada jalur I merupakan jalur yang sering digunakan oleh nelayan PPI Dufa-dufa. Saat nelayan mendaratkan ikan hasil tangkapan kemudian ikan akan di jual oleh pelaksana selanjutnya, pelaksana didatangi oleh pedagang atau *dibo-dibo* untuk mengambil ikan dalam jumlah (<200kg) ikan yang diambil kemudian dipasarkan hingga ke konsumen.

Jalur distribusi kedua: Nelayan – Pedagang atau *dibo-dibo* – Pasar – Konsumen. Pada jalur II hasil tangkapan nelayan dibeli secara langsung oleh pedagang atau *dibo-dibo* kemudian dipasarkan hingga ke tangan konsumen.

Jalur distribusi ketiga: Nelayan – Pelaksana – Perusahaan. Jalur ini hasil tangkapan nelayan di ambil oleh perusahaan melalui pelaksana. Pengambilan ikan oleh perusahaan saat kondisi hasil tangkapan nelayan melimpah dan ketika seluruh pedagang atau *dibo-dibo* telah mendapat pembagian kemudian sisanya akan di jual ke pihak perusahaan. Selanjutnya kondisi cuaca yang buruk serta tidak ada nelayan yang melaut pedagang atau *dibo-dibo* akan mengambil ikan di perusahaan untuk di pasarkan.

Jalur distribusi keempat: Nelayan – Pedagang atau *dibo-dibo* – pedagang kecil – pasar – Konsumen. Pada jalur ini pedagang kecil yang mengambil ikan dari pedagang atau *dibo-dibo*. Pedagang kecil yang mengambil ikan dalam jumlah kecil (<50kg) kemudian dipasarkan. Biasanya pedagang yang mengambil ikan di pedagang atau *dibo-dibo* merupakan pelanggan tetap atau dalam bentuk kerja sama.

Jalur distribusi kelima: Nelayan – Konsumen. Pada jalur ini hasil tangkapan ikan dari nelayan dibeli langsung oleh konsumen. Hasil tangkapan yang dibeli langsung oleh konsumen biasanya selain untuk konsumsi per hari, konsumen membeli ikan dalam jumlah yang besar saat ada hajatan tertentu seperti pernikahan dan orang meninggal. Hal ini terjadi karena ada hubungan dekat antara konsumen dan nelayan.

Kegiatan pemasaran hasil tangkapan ikan cakalang di PPI Dufa-dufa dilakukan di dermaga PPI Dufa-dufa dan tidak dilakukan di tempat pelelangan ikan yang disediakan. Aktifitas pemasaran ini dilakukan setelah pembongkaran ikan selanjutnya ikan hasil tangkapan akan dijual oleh pelaksana. Distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa melibatkan pelaksana dalam pemasaran hasil tangkapan. Dalam distribusi nelayan atau produsen seringkali menggunakan perantara sebagai penyalur (Ekayani *et al.* 2019). Menurut Kolter (1992) nelayan sebagai produsen yang melakukan kegiatan bertindak menjual hasil tangkapan ke pengepul, hal yang berbeda terjadi di PPI Dufa-dufa dimana yang bertindak untuk menjual hasil tangkapan nelayan adalah pelaksana. Sejalan dengan itu Kakati *et al.* (2017) dalam proses distribusi produsen seringkali menggunakan perantara sebagai penyalur, perantara ini ini merupakan suatu kegiatan yang berdiri sendiri yang berada diantara produsen dan konsumen akhir. Hal yang berbeda terjadi di PPI Lappa, menurut Budiyami *et al.* (2018) PPI Lappa memiliki satu perantara dimulai dari nelayan, pengecer dan konsumen.

Biaya Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang penting pada sektor perikanan dimana aktivitas pemasaran dapat meningkatkan nilai tambah dan keuntungan bagi pelaku pemasaran. Kegiatan pemasaran memiliki sebuah keutuhan yang tidak bisa terlepas dimana proses ini terus mengalir dari produsen hingga konsumen melalui berbagai jalur distribusi pemasaran yang melibatkan pelaku distribusi dengan biaya yang berbeda pada setiap jalurnya. Biaya pemasaran di PPI Dufa-dufa Kota ternate berbeda-beda pada setiap pelaku distribusi, dikarenakan ada saluran atau jalur distribusi. Menurut Jarak saluran pemasaran akan mempengaruhi keuntungan (Damayanti *et al.* 2019) . Biaya pemasaran ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Biaya pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa

Biaya Pemasaran	Pelaku distribusi		
	Pelaksana	Pedagang atau <i>dibo-dibo</i>	Pedagang kecil
Jumlah Ikan (Kg)	2000	200	50
Es/kg	-	30.000	30.000
Transportasi/kg	-	22.000	20.000
tenaga kerja/kg	-	22.000	-
retribusi/kg	2000	2000	-
Jumlah	2000	76.000	50.000
Jumlah biaya/kg	1,00	380	1000

Bedasarkan tabel Tabel 1 diketahui bahwa, biaya pemasaran pada masing-masing pelaku distribusi terendah sebesar Rp/kg 1,00 yang dikeluarkan oleh pelaksana hal ini disebabkan karena jarak antara pelaku distribusi sangat dekat sehingga tidak banyak biaya pemasaran yang dikeluarkan. Sedangkan pada pedagang atau *dibo-dibo* mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp/kg 380. Selanjutnya pada pedagang kecil sebesar Rp/kg 1.000. Biaya pemasaran ini meliputi es, transportasi, tenaga kerja dan retribusi. Pada pelaksana, tidak ada biaya es, Transportasi, dan tenaga kerja ini dikarenakan jalur yang dilalui pelaksana terlalu pendek sebab proses transaksi berlangsung di tempat pembongkaran sehingga untuk tenaga kerja dilakukan langsung oleh ABK. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada setiap pelaku distribusi tidak terlalu besar hal ini dikarenakan jarak saluran pemasaran di PPI Dufa-dufa ke tempat pemasaran ikan cukup dekat. Sejalan dengan itu Mahendra *et al.* (2019) semakin panjang jalur pemasaran maka semakin besar biaya pemasaran dan margin pemasaran.

Harga Ikan Cakalang

Harga adalah ukuran nilai suatu produk atau komoditi, sejalan dengan itu Budiyami *et al.* (2018) harga merupakan ukuran nilai suatu produk, barang/komoditi. Harga ikan di PPI Dufa-dufa pada setiap alur ditribusi berbeda hingga ke tangan konsumen. Hal ini disebabkan harga jual dan harga beli pada setiap pelaku distribusi berbeda. Harga beli tertinggi pada lembaga pemasaran di PPI Dufa-dufa terdapat pada pelaku distribusi yaitu pedagang kecil sebesar Rp24.000. sedangkan pada nelayan sebesar Rp5.300 harga ini merupakan harga produksi yang dihasilkan per kilogram ikan. tingginya harga beli karena ikan yang dibeli telah melalui beberapa pelaku distribusi. Tingginya harga pembelian pada lembaga pemasaran terjadi karena ikan yang dibeli telah melewati beberapa lembaga pemasaran lain (Budiyami *et al.* 2018). Harga ikan di PPI Dufa-dufa Kota Ternate dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Harga ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate

No	Pelaku distribusi	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Nelayan	5.300	13.000
2	Pelaksana	13.000	14.000
3	Pengepul (<i>dibo-dibo</i>)	14.000	20.000
4	Pedagang Kecil	20.000	24.000

Margin Pemasaran Ikan Cakalang

Proses distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate memiliki beberapa pelaku pemasaran. Aktivitas pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa memiliki biaya pemasaran dan

keuntungan yang berbeda pada setiap jalur distribusi. Dalam proses distribusi harga ikan berbeda pada setiap jalur distribusi. Ini disebabkan adanya jalur yang dilewati oleh ikan sebelum sampai pada konsumen. Menurut Septiara *et al.* (2012) semakin panjangnya jalur yang akan dilewati ikan maka akan berpengaruh terhadap margin pemasaran dan harga ikan pada konsumen akhir. Margin pemasaran adalah selisih harga yang harus dibayar oleh konsumen dengan harga yang harus diterima produsen. Margin pemasaran merupakan istilah perbedaan harga jual dari penjual utama dengan pembeli atau selisih harga jual dan harga beli. Perbedaan margin pemasaran dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Margin pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa

Pelaku Distribusi	Biaya pemasaran/kg	Harga beli Rp/Kg	Harga jual Rp/Kg	Margin Pemasaran
Nalayan	-	5.300	13.000	7.700
Pelaksana	100	13.000	14.000	900
Pedagang atau dibo-dibo	380	14.000	20.000	6.380
Pedagang kecil	1.000	20.000	24.000	3.000
Margin Total				17.320

PPI Dufa-dufa Kota Ternate, margin pemasaran ikan cakalang pada setiap pelaku distribusi memiliki perbedaan hal ini dikarenakan terjadi perbedaan biaya pemasaran dan ikan hasil tangkapan melewati beberapa pelaku distribusi. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa margin pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa berbeda pada setiap pelaku distribusi. Margin tertinggi yang diperoleh oleh pelaku distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa adalah nelayan atau produsen dan pelaksana sebesar Rp7.700. Margin pemasaran pada nelayan dapat diketahui dari selisih harga beli atau harga produksi dan harga jual. Harga produksi Rp5.300 adalah hasil dari volume produksi dibagi dengan biaya operasional. Selanjutnya margin pemasaran terkecil yaitu sebesar Rp900 yang diperoleh pelaksana. Selanjutnya margin pemasaran pedagang kecil sebesar Rp3.000. Kemudian pengepul atau dibo-dibo sebesar Rp6.380. Margin total pemasaran pada jalur distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate sebesar Rp17.980. Perbedaan harga ini disebabkan karena biaya yang dikeluarkan pada tiap jalur distribusi berbeda-beda serta harga ikan pada setiap jalur distribusi berbeda. Perolehan margin pemasaran pada jalur distribusi yang bervariasi masih berada pada kondisi yang wajar dari keuntungan yang didapat.

Efisiensi Pemasaran

Banyak pelaku distribusi pada jalur distribusi menjadikan terjadinya kenaikan harga yang disebabkan adanya perbedaan margin dari ikan yang dipasarkan. Perpindahan ikan dari tiap pelaku distribusi serta panjangnya jalurnya yang dilalui ikan hingga ke konsumen memiliki biaya pemasaran dan margin yang berbeda, hal ini tentu mempengaruhi efisiensi pemasaran. Menurut Huda *et al.* (Huda *et al.* 2016) tidak efisiensi pemasaran ikan disebabkan oleh banyaknya jumlah rantai nilai atau pelaku pemasaran yang berada pada proses distribusi ikan. Selain itu menurut Soekartawi (2002) kriteria efisien adalah <5% sedangkan tidak efisien adalah >5%. Efisiensi pemasaran ikan di PPI Dufa-dufa Kota Ternate dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Efisiensi pemasaran di PPI Dufa-dufa Kota Ternate

Parameter	Pelaksana	Pedagang atau <i>dibo-dibo</i>	Pedagang kecil
Biaya pemasaran	1,00	380	1.000
Harga beli Rp/kg	13.000	14.000	20.000
Harga jual Rp/kg	14.000	20.000	24.000
Efisiensi pemasaran	0,00	1,58	4,17
Status efisiensi	efisien	efisien	efisien

Berdasarkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa pada setiap pelaku distribusi yaitu pelaksana, pedagang atau *dibo-dibo* dan pedagang kecil. Masing-masing pelaku distribusi terlibat pada jalur pemasaran yang berbeda dimana pada jalur I dari nelayan, pelaksana, pedagang atau *dibo-dibo* kemudian dipasarkan hingga ke konsumen. Pada jalur II nelayan, pedagang atau *dibo-dibo*, kemudian dipasarkan hingga ke konsumen. Pada jalur III nelayan, pedagang atau *dibo-dibo*, pedagang kecil hingga ke konsumen. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam proses distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa mengalami 4 kali kenaikan harga pada setiap pelaku distribusi hal ini dikarenakan ikan cakalang harus melewati 4 pelaku distribusi. Ini disebabkan karena terjadi perpindahan ikan pada setiap pelaku sehingga mengakibatkan biaya margin dan biaya pemasaran yang berbeda. Menurut Huda *et al.* (2016) hal yang sama juga terjadi di PPN Brondong dalam pemasaran ikan tongkol terjadi 4 kali proses kenaikan harga dikarenakan harus melalui 5 pelaku sebelum diterima di konsumen. Kenaikan harga dan perbedaan biaya distribusi pada setiap jalur distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa menjadikan efisiensi pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa berbeda pada setiap pelaku pemasaran. Pada Tabel 4 menunjukkan efisiensi pemasaran pada pelaksana sebesar 0,00 % berdasarkan kriteria efisiensi pemasaran jika lebih dari 5 % maka tidak efisien hal ini dikarenakan jarak perpindahan ikan dari pelaku distribusi yang sangat dekat sehingga sedikit biaya pemasaran yang dikeluarkan Selanjutnya pada pedagang atau *dibo-dibo* sebesar 1,58% (efisien) kemudian pada pedagang kecil sebesar 4,17% (efisien).

Tingkat efisiensi pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa menunjukkan sudah efisien berdasarkan kriteria efisiensi pemasaran. Hal ini terjadi karena jarak distribusi antara tiap pelaku pemasaran dan lokasi pemasaran sangat dekat sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan sedikit. Menurut Anggrahini (2012) efisien adalah melakukan sesuatu dengan sumber daya yang hemat atau dengan tanpa pemborosan, sedangkan efisiensi adalah penggunaan sumber daya yang secara minimum guna mencapai hasil yang optimum. Kondisi ini diakibatkan karena banyaknya saluran pemasaran ikan cakalang yang mengakibatkan tidak efisiennya pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate. Pernyataan ini serupa dengan Setyawan *et al.* (2021) semakin banyak pelaku pemasaran dalam distribusi akan membuat rantai pemasaran semakin panjang sehingga dapat mengakibatkan ketidakefisienan. Sejalan dengan itu Rasidin *et al.* (2018) menyatakan bahwa saluran pemasaran yang berbeda dapat mempengaruhi harga pada setiap jalur pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pola distribusi ikan cakalang di PPI Dufa-dufa Kota Ternate terdapat 4 jalur distribusi. Pelaku pemasaran yang terlibat dalam distribusi terdiri dari nelayan sebagai produsen, pelaksana, pedagang atau *dibo-dibo*, perusahaan, dan pedagang kecil. Margin pemasaran pada setiap pelaku distribusi di PPI Dufa-dufa masih dalam kondisi yang wajar nelayan 7.700, Pelaksana 900, pedagang atau *dibo-dibo* 6.380, dan pedagang kecil 3000. Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk BP3D wilayah III dan DKP Kota Ternate dalam program kerja peningkatan efisiensi pemasaran dan penanganan perikanan yang lebih baik di PPI Dufa-dufa Kota Ternate.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrahini WP. 2012. Kajian efektivitas dan efisiensi kapal navigasi dalam rangka distribusi logistik pada distrik navigasi Surabaya. *Jurnal Penelitian Transportasi Laut*. 13: 1-15.
- Assagaf S, Abdurahman B, Achmad MJ. 2020. Analisis komoditas unggulan sektor perikanan kelautan dalam menunjang perekonomian masyarakat di Kota Ternate. *Jurnal Ilmu Kelautan Kepulauan*. 3(2): 165-185.
- BPS. 2018. Kota Ternate Dalam Angka 2018. Kota Ternate: BPS Kota Ternate.

- BPS. 2021. Kota Ternate Dalam Angka. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Budiyami, Salam S, Hadijah. 2018. Analisis distribusi ikan cakalang katsuwonus pelamis di Kabupaten Sinjai (studi kasus di pangkalan pendaratan ikan Lappa Kabupaten Sinjai). *J.of Aqua. Environment*. 1(1): 33-38.
- Damayanti, Rizky, Aziz Nur Bambang, dan Sardiyatmo. 2014. Analisis Harga dan Pemasaran Ikan Kembung Lelaki (*Rastrelliger Kanagurta*) di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Cituis, Kabupaten Tangerang. *Journal of Fisheries Resources Utilization Managemen and Technology*., 3(3):176-182.
- Ekayani NLN, Satriawan IK, Mulyani S. 2019. Analisis Distribusi Dan Margin Pemasaran Ikan Cakalang Di Kedonganan, Kabupaten Badung. *J ReKayasa Dan Manaj Agroindustri*. 7(3): 380. doi:10.24843/jrma.2019.v07.i03.p05.
- Huda M, S, I, Lubis E. 2016. Tingkat Efisien Pemasaran Ikan Laut Segar Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Brondong. *J Teknol Perikan dan Kelaut*. 6(1): 91-104. doi:10.24319/jtpk.6.91-104.
- Irham, Karman A, Iksan KH. 2019. Status Keberlanjutan Perikanan Huhate Berdasarkan Aspek Biologi Di Ppi Dufa-Dufa Kota Ternate. *Mar Fish J Mar Fish Technol Manag*. 10(1): 117-116. doi:10.29244/jmf.10.1.117-116.
- Kakati, R.P and Chakraborty, M.B. 2017. Evaluation of Tradisional Marketing Chanel of Agricultural Produce: Paddy and Rice. *IUP Journal of Marketing Management*. 16(2): 54-69.
- [KKP]. 2017. Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2017 Tentang Estimasi Potensi, Jumlah Tangkapan Yang Diperbolehkan, dan Tingkat Pemanfaatan Sumber Daya Ikan di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia. Jakarta (ID).
- Rasidin, Y. & Rahman, 2018, Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) di Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap, *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 4(2):112-122
- Septiara, I., Maulina, I. dan Buwono, I.D. 2012. Analisis Pemasaran Ikan Mas Koki (*Carassius auratus*) di Kelompok Pembudidaya Ikan Kalapa Ciung Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. 3(3): 69-73.
- Soekartawi. 2002. Panduan Membuat Usaha Proyek Pertanian dan Pedesaan. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F, G. Chandra dan D. Adriana. 2008. Pemasaran Strategik. Cetakan ke-1. Yogyakarta: Penerbit ANDI.