

**ANALISIS TINGKAT MARJIN TATANIAGA IKAN KARANG DI
PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI) UJOENG BAROH KOTA
MEULABOH KABUPATEN ACEH BARAT**

***THE ANALYSIS OF MARKETING MARGIN LEVEL OF CORAL FISHES
AT FISHERIES PORT UJONG BAROH MEULABOH CITY, WEST OF
ACEH REGENCY***

¹Zuriat

¹Program Studi Perikanan, Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Teuku Umar
Meulaboh, Indonesia

Korespondensi Penulis : utuzuriat@gmail.com

ABSTRAK

Ikan karang merupakan ikan yang mempunyai harga atau nilai ekonomis tinggi dibandingkan dengan jenis ikan lainnya. Terdapat jenis ikan karang yang mempunyai nilai ekonomi antara lain terdiri dari ikan kerapu, kakap, jabung dan Gabu. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Ujoeng Baroh, merupakan tempat pendaratan ikan yang and tempat pemasaran yang berlokasi di pusat perkotaan, yakni kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. Potensi perikanan laut di Aceh Barat meliputi ikan karang, yang terdiri dari berbagai jenis ikan seperti kerapu, kakap dan sunu dan lain-lain, dimana merupakan sumber pendapatan bagi nelayan ikan pelagis dan nelayan bemersal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat marjin dalam pemasaran atau tataniaga ikan karang dari nelayan hingga ke konsumen. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan simple random sampling dari beberapa orang pedagang dan nelayan, dari populasi yang ada. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan harga atau margin yang berbeda dengan berbagai ikan karang. Namun secara rata-rata diperoleh tingkat margin ikan karang adalah sebesar Rp.16.000/kg. Nilai margin yang besar, merupakan kerugian bagi produsen. Produsen yang dalam hal ini adalah nelayan yang melakukan penangkapan ikan. Dalam upaya peningkatan pendapatan nelayan dimasa yang akan datang. Perlu dikaji lebih lanjut upaya-upaya kearah memperlemah nilai margin, sehingga pendapatan yang diterima nelayan dapat meningkat.

Kata Kunci : Ikan Karang, Tataniaga dan Margin

ABSTRACT

Coral fishes are fish that have price or highly economical value compared with other fishes. There are coral fishes that have highly economical in consist of grouper, grasps, giant travelly and coral trouts. Ujong Baroh Fisheries Port is a place of landing fish and marketing place that located at center of the city namely Meulaboh City West of Aceh regency. Potency of marine fisheries in West of Aceh including grouper, grasps, coral trouts, and others which are income source for pelagic fishermen and demersal fishermen. The objectives of this research is to analysis of margin level of coral fishes marketing from fishermen to consumer. This research method is descriptive method with sampling method by using simple random sampling with trader and fishermen from populations. The result of this research showed differences of prices or margin differently with various coral fishes. However, on average obtained margin level of coral fishes is worth Rp. 16.000/kg. The bigger margin value is unadvantages for producer. the producer that mean is fishermen that done fishing. The effort of this increased of fishermen income in the future. It is necessary to futhermore study towards to weaken margin value so, the accepted income by fishermen can be increased.

Keywords : coral fishes, marketing, and margin

Pendahuluan

Kabupaten Aceh Barat dikaruniai potensi laut yang melimpah, yang terdiri dari jenis-jenis ikan pelagis, demersal dan ikan karang. Berdasarkan data statistik perikanan Kabupaten Aceh Barat, potensi ikan karang tersebar di perairan karang laut Barselas,

dari total potensi perikanan laut Aceh sebesar 182.464 ton, termasuk yang didaratkan di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Ujoeng Baroh.

Keberadaan PPI yang berada di daerah perkotaan dan menyatu dalam satu kawasan pasar tradisional Lhoeng Aneuk Aye, merupakan tempat yang strategis dalam sistem tataniaga suatu komoditi, terutama dalam hal pemasaran ikan hasil tangkapan nelayan. Dimana ikan yang didaratkan langsung berinteraksi dengan para pedagang dan konsumen.

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan.

Pemasaran hasil tangkapan di PPI Meulaboh meliputi pemasaran hasil tangkapan segar dan hasil tangkapan olahan. Pemasaran hasil tangkapan segar untuk daerah lokal (Meulaboh dan sekitarnya), dilakukan oleh pedagang atau bakul dengan menggunakan sepeda, sepeda motor dan becak. Pemasaran lokal meliputi daerah-daerah pelosok Kabupaten Aceh Barat, sehingga pedagang lebih memilih sepeda motor untuk menjual hasil tangkapan yang sebelumnya dibeli di PPI Meulaboh atau pada Toke Bangku. Pemasaran hasil tangkapan segar untuk skala regional dan antar provinsi, pengusaha atau Toke Penampung menggunakan mobil L300 (pick up) dan truck

Permasalahan yang ada di PPI Ujoeng Baroh dalam tataniaga ikan umumnya adalah masih sempitnya areal lokasi, yang tempat transaksi pendaratan dan penjualan dirasakan sempit yang tidak seimbang dengan jumlah kapal dan ikan yang didaratkan.

Proses penjualan ikan di PPI adalah nelayan menjual ikan melalui toke atau pedagang yang telah ditunjuk, pedagang mendistribusikan ke pedagang pengecer atau pedagang besar untuk dijual ke konsumen atau di bawa keluar kota Meulaboh.

Disamping sebagai pusat pendaratan ikan hasil tangkapan berbagai armada penangkapan ikan, PPI juga berperan sebagai pusat distribusi ikan ke berbagai wilayah, baik dalam kota, dalam kabupaten dan luar kabupaten.

Ikan karang merupakan ikan yang enak rasa dan tinggi harganya, sehingga nilai ekonomisnya pun tinggi. Harga yang lebih tinggi dari ikan lainnya, maka ikan karang lebih banyak dijual ke luar dari kabupaten Aceh Barat, yang artinya tidak langsung semuanya terjual di tingkat konsumen yang datang membeli ikan di PPI atau oleh masyarakat kota Meulaboh, namun banyak dibawa keluar kota.

Dari persoalan tersebut, peneliti ingin mengetahui, bagaimana tingkat margin, karena semakin jauh ikan di pasarkan, maka tingkat marginnya semakin tinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat harga pada tingkat nelayan dan hingga ke konsumen serta, jumlah dan jenis ikan karang yang dipasarkan di PPI Aceh Barat. Melalui data tersebut maka akan dapat diketahui tingkat margin. Untuk maksud tersebut,

diperlukan data jenis dan harga ikan karang yang didaratkan dan dijual di PPI Ujong Baroeh, Aceh Barat.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai meningkatkan pengetahuan dan informasi yang dapat berguna dalam pengambilan kebijakan oleh pemerintah kabupaten Aceh Barat, dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat perikanan umumnya.

Metode Penelitian

Waktu dan Tempat

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan bulan April 2017, yang pengambilan data primernya di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Ujoeng Baroh, Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat.

Desain penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini maka desain yang digunakan adalah Desain Deskriptif, dengan mendeskripsikan sejumlah variable melalui statistic deskriptif.

Populasi dan Sampel

Dengan menggunakan rumus perhitungan besaran sampel yang dikutip dalam Riduan, (2005) sebagai berikut:

$$n = N/N(d^2)+1$$

Diperoleh sampel (n) sebanyak orang nelayan

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode survey. Metode survey merupakan suatu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Nazir, 2005). Adapun teknik pengumpulannya melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner, dengan dua macam data yaitu data primer dan sekunder dengan cara random simple sampling, yang pengambilan datanya dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2017.

Pengolahan Data dan Pelaporan

Pengolahan data dilakukan dengan perhitungan dan rekapitulasi data primer yang diperoleh dan dihubungkan dengan data sekunder yang ada. Dari data yang diperoleh dilakukan langkah-langkah yakni editing, coding, pentabulasian, yang dilanjutkan dengan perhitungan matematis untuk memperoleh nilai margin dari selisih harga ditingkat nelayan selaku produsen dan pembeli selaku konsumen.

Kajian Literatur

Pemasaran atau tataniaga adalah serangkaian proses kegiatan atau aktivitas yang ditujukan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari titik produsen ke titik konsumen (Limbong dan Sitorus 1987). Pemasaran menurut Kotler (1993), adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan cara menciptakan, menawarkan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pertukaran adalah konsep yang melandasi pemasaran. Agar terjadi pertukaran maka lima kondisi berikut harus dipenuhi, yaitu: (1) sekurang-kurangnya ada dua pihak, (2) masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang bernilai bagi pihak lain, (3) masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan mengirim suatu produk kepada pihak lain, (4) masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak tawaran pihak lain, (5) masing-masing pihak percaya dan berhubungan baik dengan pihak lain (Kotler 1993).

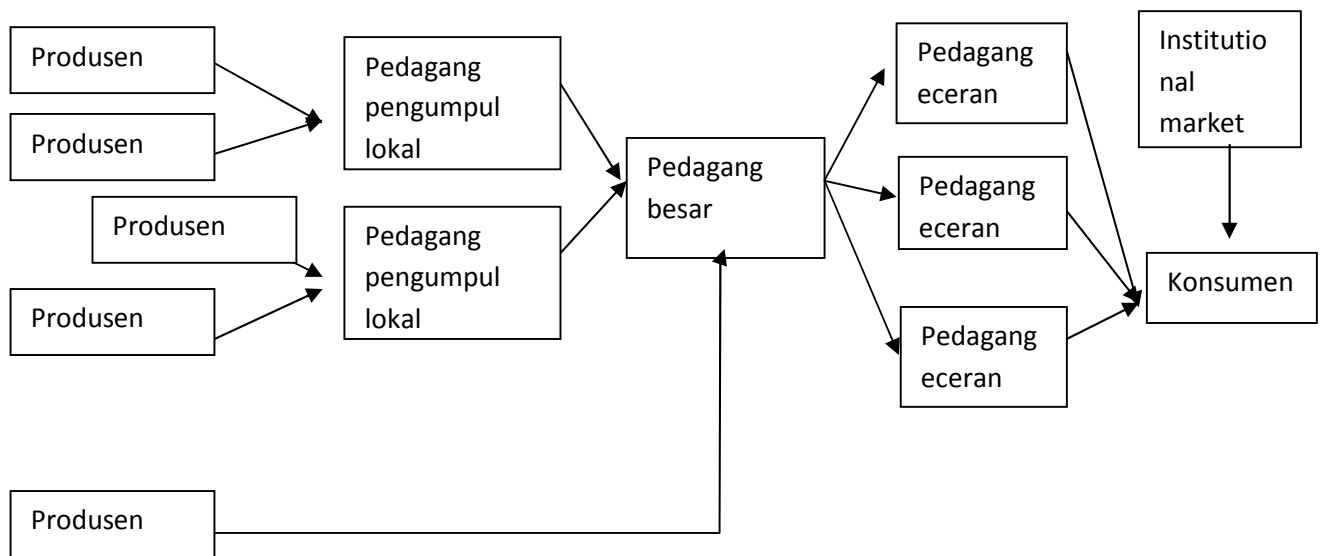
Pemasaran dapat dipelajari dari berbagai sudut pandang dan pendekatan yang berbeda. Seperti pendekatan fungsional atau fungsi pemasaran, pendekatan organisasional atau kelembagaan yang meliputi seluruh partisipan yang terlibat dalam pendekatan subsistem komoditas yang menggabungkan kedua pendekatan sebelumnya. Dalam pendekatan subsistem komoditas, analisis kelembagaan didasarkan pada identifikasi saluran pemasaran utama. Dimana analisis mengenai saluran pemasaran tersebut menyediakan pengetahuan yang sistematis bagaimana arus barang dan jasa mengalir dari titik asal (produsen) sampai titik akhir (konsumen). Pendekatan ini meliputi mengenai margin dan biaya pemasaran (Setiorini, 2008).

Saluran pemasaran adalah cara atau sistem untuk menyampaikan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen. Dalam saluran pemasaran terdapat lembaga-lembaga pemasaran seperti produsen (petani), pedagang pengumpul, pedagang antar kota dan sebagainya. Menurut Hanafiah dan Saefudin (1986) lembaga pemasaran (tataniaga) adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan mana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen. Ke dalam istilah lembaga pemasaran ini termasuk golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa. Lembaga Pemasaran menurut Sudiyono (2001), menurut penguasaan terhadap komoditi yang diperjual belikan dapat dibedakan atas tiga :

1. Lembaga yang tidak memiliki tapi menguasai benda, seperti perantara, makelar (*Broker, Selling Broker dan Buying Broker*).
2. Lembaga yang memiliki dan menguasai komoditi-komoditi pertanian yang diperjual belikan, seperti pedagang pengumpul, tengkulak, eksportir dan importer.
3. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan menguasai komoditi-komoditi pertanian yang diperjual belikan, seperti perusahaan-perusahaan penyedia fasilitas-fasilitas

transportasi, asuransi pemasaran dan perusahaan penentu kualitas produk. Banyaknya lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran dipengaruhi oleh jarak dari produsen ke konsumen, sifat komoditas, skala produksi dan kekuatan modal yang dimiliki (Saefuddin dan Hanafiah, 1986). Saluran pemasaran yang dilalui oleh barang dan jasa akan sangat menentukan nilai keuntungan dari suatu produk dan berpengaruh pada pembagian penerimaan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran. Dalam memilih saluran pemasaran ada beberapa faktor penting yang harus dipertimbangkan (Sudiyono, 2001), yaitu :

- a. Pertimbangan pasar, meliputi konsumen sasaran akhir dengan melihat potensi pembeli, geografi pasar, kebiasaan pembeli, dan volume pemasaran.
- b. Pertimbangan barang, meliputi nilai barang per unit, besar dan berat harga, tingkat kerusakan dan sifat teknis barang.
- c. Pertimbangan intern perusahaan, meliputi sumber permodalan, pengalaman manajemen, pengawasan, penyaluran dan pelayanan.
- d. Pertimbangan terhadap lembaga dalam rantai pemasaran, meliputi segi kemampuan lembaga perantara dan kesesuaian lembaga perantara dengan kebijakan perusahaan. Menurut Hanafiah dan Saefudin (1986), besar kecilnya nilai margin tataniaga perikanan, tergantung pada beberapa faktor, antara lain :
 1. Jarak antara produsen dan konsumen.
Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.
 2. Cepat tidaknya produk rusak.
Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen, dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
 3. Skala produksi
Apabila produksi berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal mana akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjualnya ke pasar.
 4. Posisi keuangan pengusaha
Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran. Produk perikanan yang mempunyai sifat mudah rusak (perishable). Pergerakan hasil perikanan sebagai barang konsumsi (segar atau produk olahan) dari produsen sampai konsumen pada dasarnya menggambarkan proses pengumpulan maupun penyebaran. Pola saluran pemasaran produk perikanan barang konsumsi adalah seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pola Pemasaran Hasil Perikanan Bahan Konsumsi (Hanafiah dan Saeffudin 1986).

Fungsi-fungsi pemasaran merupakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk memindahkan barang-barang atau jasa-jasa dari sektor produksi ke sector konsumsi (Hanafiah dan Saeffudin, 1986). Fungsi pemasaran menurut Mubyarto (1994) adalah mengusahakan agar pembeli atau konsumen memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu dan harga yang tepat.. Fungsi-fungsi pemasaran yang mempengaruhi tingkat margin terhadap komoditi hasil perikanan menurut Hanafiah dan Saefudin (1986), dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri dari dua fungsi, yaitu fungsi penjualan dan fungsi pembelian.

2. Fungsi pengadaan secara fisik

Fungsi pengadaan secara fisik adalah semua kegiatan atau tindakan yang menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu pada barang dan jasa. Fungsi fisik meliputi pengangkutan dan penyimpanan.

3. Fungsi Pelancar

Fungsi pelancar adalah semua tindakan yang berhubungan dengan kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dengan konsumen. Fungsi pelancar meliputi dari fungsi permodalan, penanggung resiko, standarisasi dan grading, informasi pasar.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Lokasi Penelitian

Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Meulaboh secara geografis terletak pada 4 0 07' 30 " LU dan 96 0 30' BT dan terletak di wilayah Kelurahan Ujong Baroh, Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat. Lokasi PPI Meulaboh sebelum tsunami statusnya adalah sebagai tempat pendaratan ikan (TPI) dan hancur total akibat gempa dan tsunami tahun 2004. Dalam pembangunan kembali lokasi PPI Meulaboh ini mendapat dukungan dari APBD untuk meningkatkan status dari TPI ke PPI Meulaboh. Pembangunan kembali PPI Meulaboh ini dilaksanakan pada tahun 2006 dan pada saat ini telah dapat berfungsi kembali sebagai pusat ekonomi perikanan Kota Meulaboh.

Ikan karang merupakan ikan yang hidup, berkembang biak dan mencari makan di sekitar karang. Ikan karang pada umumnya berukuran kecil dan relatif tidak berpindah-pindah dan sebagian besar merupakan ikan hias. Perairan karang Indonesia terdapat paling sedikit 10 famili utama ikan karang penyumbang produksi perikanan, yaitu Caesionidae, Holocentridae, Serranidae, Siganidae, Scraidae, Lethrinidae, Priacanthidae, Labridae, Lutjanidae dan Haemulidae dengan potensi produksinya mencapai 145.250 ton/tahun (Kordi,2010). Potensi ikan karang yang melimpah, memiliki nilai ekonomis dan juga jumlah permintaan yang cukup tinggi harus diimbangi dengan sistem pemasaran yang efisien, mengingat sifat dari hasil perikanan yang mudah rusak (Muchtar, 2014).

Hasil tangkapan nelayan PPI Ujong Baroh yang di daratkan di pangkalan pendaratan ikan bermacam macam seperti ikan tongkol (*Euthynnus affinis*), ikan karang, ikan talang-talang (*Chorinemus tala*), ikan kembung (*Rastrelliger kanagurta*), dan ikan tenggiri (*Schomberomorus commerson*).

Sarana dan Prasarana Pemasaran

Tingkat operasional di pelabuhan perikanan sangat dipengaruhi oleh keberadaan fasilitas. Fasilitas yang terdapat di PPI Meulaboh terdiri atas fasilitas pokok, fasilitas fungsional dan fasilitas penunjang. Fasilitas pokok yang terdapat di PPI Meulaboh terdiri atas dermaga, kolam pelabuhan, jalan kompleks PPI, drainase dan lahan pelabuhan. Fasilitas fungsional terdiri atas tempat pelelangan ikan (TPI), perkantoran dan pabrik es. Fasilitas penunjang yang terdapat di PPI Meulaboh meliputi semua fasilitas yang menunjang aktivitas/memberi kemudahan bagi pelaku dunia usaha (nelayan, pedagang, pengolah), misalnya balai pertemuan nelayan, musholla dan kios. Untuk lebih jelasnya, fasilitas yang terdapat di PPI Meulaboh dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Fasilitas di PPI Meulaboh

NO	Fasilitas	Ukuran	Kondisi
Pokok			
1	Dermaga	800 m ²	1
2	Kedalaman kolam pelabuhan	-1 - (-) 2 m	2
3	Kolam pelabuhan	1.000 x 30 m	1
4	Jalan	250 m	2
5	Dreinase	400 m	1
6	Lahan pelabuhan	0,05 ha	2
Fungsional			
7	Tempat pelelangan ikan	360 m ²	1
8	Perkantoran	128 m ²	3
9	Pabrik es	80 m ²	1
Penunjang			
10	Balai pertemuan nelayan	20 x 10 m	3
11	Tempat peribadatan	10 x 8 m	3
12	Kios	5 x 8 m	3

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Aceh Barat, 2017

Dalam proses pembongkaran dan pendaratan ikan, nelayan di PPI Meulaboh menggunakan basket atau keranjang dan fiber. Untuk pemindahan hasil tangkapan dari darmaga ke gedung TPI nelayan menggunakan jasa pengangkut (buruh angkut), troli dan becak. Menurut wawancara, kondisi pembongkaran dan pendaratan ikan seperti ini juga sudah dipraktekkan sebelum peristiwa gempa dan tsunami. Namun untuk saat ini keranjang dan fiber jumlahnya masih sangat terbatas, sehingga harapan ke depannya pihak pengelola PPI Meulaboh dalam hal ini DKP bisa menambah jumlah keranjang atau fiber untuk semakin memudahkan nelayan dalam aktivitas pembongkaran dan pendaratan ikan. Armada yang melakukan aktivitas pendaratan ikan di PPI Meulaboh dibedakan atas perahu tanpa motor (PTM) dan perahu motor (PM). Perahu tanpa motor (PTM) yang terdiri atas perahu tanpa motor kecil, sedang dan besar. Sedangkan perahu motor (PM) terdiri atas motor tempel dan kapal motor (lihat tabel 2).

Tabel 2. Jumlah armada penangkapan ikan di PPI Ujong Baroh Meulaboh periode 2014-2016

Tahun	Jenis armada (unit)					Total
	PTM			PM		
	Kecil	Sedang	Besar	Motor temple	Kapal motor	
2014	17	24	22	26	244	333
2015	6	5	2	36	350	399
2016	6	5	2	36	436	485

Sumber: BPS Kabupaten Aceh Barat, 2017.

Aktivitas pemasaran hasil tangkapan di PPI Meulaboh dikelompokkan menjadi 3 macam, yaitu pemasaran lokal, regional, dan antar provinsi. Aktivitas

pemasaran lokal meliputi pemasaran hasil tangkapan dalam wilayah Meulaboh dan sekitarnya. Pemasaran regional meliputi pemasaran di luar Kabupaten Aceh Barat atau Meulaboh tetapi masih dalam wilayah Provinsi Aceh. Terakhir pemasaran antar provinsi yang tujuan pemasaran di luar provinsi Aceh, yang mencakup daerah Sumatera Utara.

Jenis dan Harga Ikan Karang

Adapun jenis - jenis ikan karang yang terdapat di PPI Ujoeng Baroh sebagaimana pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Jumlah tangkapan ikan karang

No	Jenis ikan karang	produksi
1	Guntung	2 Ton
2	Gabui	4 Ton
3	Bandi	7 Ton
4	Kerapu Macan	11 Ton
5	Kakap Merah	13 Ton
6	Jabung	21 Ton

Sumber : Data Primer, 2017

Ikan-ikan karang yang tertangkap oleh alat tangkap pancing ulur adalah guntung, gabui, bandi, kerapu macam, kakap merah, dan jabung. Total produksi ikan karang sebesar 42 ton dimana didominasi oleh family lutjanidae sebesar 22 ton,. Family lutjanidae ini terdiri dari ikan kakap merah sebesar 13 ton, dan ikan jabung sebesar 21 ton, kerapu macam sebesar 11 ton, ikan bandi sebesar 7 ton, ikan gabui sebesar 4 ton, dan guntung sebesar 2 ton.

Tabel 4: Harga Ikan Karang di Tingkat Nelayan dan Tingkat Konsumen

No	Harga Ikan Karang		
	Jenis ikan karang	Nelayan	Konsumen
1	Guntung /kerapu sunu	60.000/kg	85.000/kg
2	Kuwe	35.000/kg	50.000/kg
3	Bandi	35.000/kg	50.000/kg
4	Kerapu macan	45.000/kg	60.000/kg
5	Kakap merah	35.000/kg	50.000/kg
6	Jabung	25.000/kg	40.000/kg
7	Jumlah	235.000	335.000
8	Rata-rata	39.170	55.830

Sumber : Data Primer, 2017

Dari data tersebut, terdapat harga rata-rata ikan karang pada tingkat nelayan adalah Rp. 39.170, dan harga ditingkat konsumen sebesar Rp.55.830, dengan tingkat margin sebesar Rp. 16.660,- Dimana harga ikan tertinggi adalah ikan kerapu sunu atau bahasa lokal disebut guntung, diikuti oleh ikan karang kerapu macan dengan harga pada tingkat konsumen Rp. 60.000,- dan yang rendah adalah harga ikan jabung dengan harga pada tingkat konsumen Rp. 40.000,-

Tingkat Margin

Tingkat margin per kg ikan karang pada musim sedikit ikan lebih besar dibandingkan dengan tingkat keuntungan pada musim banyak ikan. Keuntungan total per hasil tangkapan belum tentu lebih besar pada musim sedikit ikan karena pada musim sedikit ikan jumlah ikan yang dapat dijual lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah ikan yang dijual pada saat musim banyak ikan sehingga dapat dikatakan bahwa keuntungan lembaga-lembaga pemasaran per hasil tangkapan lebih besar pada saat musim banyak ikan.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa harga ikan karang tertinggi adalah ikan kerapu sunu, yang mencapai harga Rp. 85,000 per kg, dengan margin tertinggi dari ikan karang lainnya yakni mencapai Rp. 25.000,-, diikuti oleh ikan kerapu macan dengan harga dari produsen sebesar Rp. 45.000,- dan ditingkat konsumen sebesar Rp. 60.000,- sehingga marginnya sebesar Rp.15.000,-

Dari semua jenis ikan karang yang diamati, maka nilai margin rata-rata adalah sebesar sebesar Rp. 16.660 per kg ikan, selisih margin yang besar ini, dipergunakan untuk biaya penanganan ikan seperti es, tenaga kerja, tempat dan transportasi.

Kesimpulan

1. Ikan-ikankarang yang tertangkapolehallengkappancingulur yang berbasis di PPIUjongBarohKecamatanJohanPahlawanKabupatenAcehBaratselamakurangwaktup enelitian antara lain adalah guntung,kuwe,bandi, kerapu macan, kakap merah, dan jabung.
2. Nilai margin rata-rata adalah sebesar Rp. 16.660 per kg ikan, yang tertinggi terdapat pada ikan kerapu sunu atau bandi merah, yang mencapai Rp. 25.000/kg

Saran

1. Berdasarkan nilai margin yang cukup tinggi, maka dapat kiranya ditingkatkan fasilitas penanganan ikan segar dan kemudahan dalamtrasfortasi pemasaran hasil perikanan
2. Untuk memperkecil nilai margin pada tataniaga hasil perikanan umumnya, maka dapat dilakukanperkembangan informasi harga di PPI, untuk pengetahuan produsen atau nelayan dan konsumen secara transparan.

Daftar Pustaka

- Dewayanti, N.C. 2003. "Analisis Pemasaran Ikan Laut Segar Di Kabupaten Cilacap. Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret". Surakarta. Skripsi.
- English, S.,C. Wilkinson, and V. Baker 1994. Survey Manual For Tropical Marine Resources. Australian Institute of Marine Science. Townsviie.
- Kordi K. M.G. 2010. Ekosistem Terumbu Karang. Rineka Cipta. Jakarta.212 hal.
- Kotler P. 1993. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Limbong W. H, P.Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Muchtar, A. S, Sadarun. B, dan Siang, R. D. *Analisis Manfaat Upaya Penangkapan Ikan Karang Di Desa Wawatu Kecamatan Moramo Utara Kabupaten Konawe Selatan*. Manfaat Upaya Penangkapan Ikan. Program Studi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo Kendari, Sulawesi Tenggara. **1(1)** : 63-74.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: LP3ES.
- Nazir, M. 2005. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta. 182 hal.
- Pamungkas S B, 2013. "Analisis Rantai Distribusi Komoditas Ikan Tangkap Perikanan Laut Di Kota Tegal". Universitas Negeri Semarang. Semarang. Skripsi.
- Saefuddin AM, Hanafiah AM. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Jakarta : UI. Press.
- Zulfianti, 2014. "Distribusi Dan Keanekaragaman Jenis Ikan Karang (Famili Pomacentridae) Untuk Rencana Referensi Daerah Perlindungan Laut (Dpl) Di Pulau Bonetambung Makassar". Universitas Hasanuddin. Makassar. Skripsi.