

ANALISIS PEMASARAN DAN PENDAPATAN NELAYAN PENGASAP IKAN PADA KONTEKS PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PERIKANAN

(Studi Kasus Nelayan Tradisional di Kec. Sinjai Timur Kab. Sinjai Prov. Sulawesi Selatan)

Heriansah

Dosen Sekolah Tinggi Teknologi Kelautan Balik Diwa Makassar

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: saluran, margin dan efisiensi pemasaran, dan pendapatan nelayan pengasap ikan. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai Sulawesi Selatan. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dan pemilihan responden dilakukan dengan metode sensus. Selain dari responden, data diambil pula dari instansi pemerintah dan sumber kepustakaan. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis margin dan efisiensi pemasaran, pendapatan, dan R/C Ratio.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran produk melalui 3 saluran, yaitu : (1) produsen - konsumen, (2) produsen - pengumpul - pengecer - konsumen, dan (3) produsen - pengecer - konsumen. Margin dan efisiensi pemasaran pada saluran 1 masing-masing Rp. 500,- dan 8,15 %, saluran 2 Rp. 1.000,- dan 10,92 %, dan saluran 3 Rp. 1.500,- dan 10,27%. Pendapatan yang diperoleh nelayan Rp. 766.800,- per bulan dengan R/C ratio 1,53. Dengan demikian usaha pengasapan ikan di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai memiliki prospek untuk dikembangkan sebagai usaha agribisnis untuk meningkatkan pendapatan nelayan.

Kata Kunci: efisiensi, margin, pengasap ikan, pendapatan, saluran pemasaran.

PENDAHULUAN

Pembangunan agribisnis perikanan sangat erat kaitannya dengan upaya menumbuhkembangkan usaha produktif tingkat rumah tangga. Struktur agribisnis yang hanya memberikan subsistem penangkapan sebagai porsi ekonomi nelayan, sulit diharapkan dapat meningkatkan pendapatannya. Olehnya itu diharapkan nelayan dapat ikut serta dalam subsistem pengolahan yang merupakan subsistem yang memiliki potensi nilai tambah dan penciptaan kesempatan kerja yang besar.

Pengolahan hasil perikanan merupakan langkah strategis dalam meningkatkan pendapatan nelayan. Hal ini disebabkan karena karakteristik khas produk perikanan yang mudah rusak dan musiman, pemasaran produk masih didominasi dalam bentuk primer

(*primary product*) yang cenderung memiliki harga jual rendah dan fluktuatif, meningkatkan daya tahan produk sehingga dapat memperluas jangkauan pemasarannya, serta memanfaatkan waktu luang nelayan dan keluarganya secara optimal. Kegiatan pengolahan umumnya dilakukan terutama pada saat hasil tangkapan melimpah dan diperkirakan tidak dapat dipasarkan seluruhnya dalam bentuk segar.

Salah satu jenis pengolahan hasil perikanan yang banyak digeluti oleh nelayan adalah pengasapan ikan. Dilihat dari prosesnya, pengasapan merupakan suatu cara pengawetan dengan memanfaatkan kombinasi perlakuan pengeringan dan pemberian senyawa kimia alami dari hasil pembakaran bahan bakar alami sehingga memberikan rasa/aroma yang khas (Wibowo, 1995). Usaha pengasapan ikan dapat

menggunakan teknologi yang sederhana sehingga dapat diusahakan oleh nelayan kecil/tradisional dan dalam skala usaha yang kecil dan bersifat rumah tangga (*home industry*).

Mencermati profil usaha kecil sebagai basis kehidupan nelayan tradisional di daerah pesisir, maka usaha pengasapan ini perlu dikembangkan. Hal tersebut sesuai dengan pandangan pemanfaatan artikulasi antar sektoral berbasis usaha perikanan yang merupakan basis perkonomian desa pesisir. Di samping itu, pada perspektif keterkaitan antar sektor, dimensi spasial (faktor lokasi) juga merupakan faktor yang sangat menentukan (Simatupang, 1997).

Untuk menjadikan usaha pengasapan ikan sebagai salah satu pilihan usaha yang dapat dikembangkan oleh nelayan di daerah pesisir, termasuk di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai, maka perlu dilakukan analisis untuk mengetahui prospek pengembangan usahanya. Indikator prospek yang digunakan adalah pemasaran dan pendapatan.

Pemasaran merupakan salah satu simpul dalam rakitan sistem agribisnis yang aktivitas ekonominya menghubungkan antara produksi dan konsumsi. Produk sebagai hasil dari kegiatan produksi harus menguntungkan produsen yang berada pada titik produksi dan harus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berada pada titik konsumsi. Pendapatan yang sebesar-besarnya merupakan sasaran yang hendak dicapai oleh setiap pelaku usaha ekonomi. Perolehan pendapatan tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan hidup nelayan dan keluarganya dan jika

memungkinkan nelayan dapat melakukan akumulasi modal untuk pengembangan usaha agar taraf hidupnya lebih meningkat.

Mengacu pada gambaran di atas, maka pemasaran dan pendapatan adalah sesuatu yang penting untuk diketahui sebagai sebuah indikator dalam penentuan pengembangan agribisnis. Pada konteks dan perspektif ini pulalah yang menarik perhatian untuk menganalisis aspek pemasaran dan pendapatan nelayan pengasap ikan di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai Provinsi Sulawesi Selatan.

MATERI DAN METODE

Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian adalah deskriptif yang menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan antar fenomena, prediksi dan makna serta implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus yang mendeskripsikan secara mendetail tentang latar belakang, sifat serta katakter spesifik atau tipikal dari individu, kelompok, dan lembaga.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai Provinsi Sulawesi Selatan selama 3 bulan yakni Juni hingga September 2003. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Sinjai merupakan salah satu kabupaten yang dijadikan sebagai wilayah pengembangan perikanan rakyat di Propinsi Sulawesi Selatan. Penentuan

daerah kecamatan didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah ini merupakan pusat kegiatan pengasapan ikan di Kabupaten Sinjai.

Metode Pemilihan Responden

Populasi yang dijadikan sasaran analisis adalah nelayan dengan status kepemilikan kapal tangkap sendiri, melakukan penangkapan dan kemudian melaksanakan pengasapan ikan. Jumlah nelayan dengan sasaran tersebut diatas sebanyak 31 orang yang bernaung dalam 2 Kelompok Tani/Nelayan (KTN), yaitu KTN Tulumario (17 nelayan) dan KTN Sipatuoi (14 nelayan). Oleh karena jumlah populasi yang relatif sedikit, maka pemilihan responden nelayan dilakukan dengan metode sensus. Sedangkan untuk responden pedagang perantara ditentukan secara sengaja, yaitu 2 orang pedagang pengumpul dan 4 orang pedagang pengecer.

Analisis Data

1. Saluran pemasaran dianalisis secara deskriptif dan margin pemasaran dianalisis dengan rumus :

$$M_p = H_p - H_b$$

di mana :

M_p : margin pemasaran

H_p : harga penjualan

H_b : harga pembelian

Efisiensi pemasaran ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$E_p = \frac{B_p}{N_p} \times 100 \%$$

di mana :

E_p : efisiensi pemasaran

B_p : biaya pemasaran

N_p : nilai produksi yang dipasarkan

2. Tingkat pendapatan dianalisis dengan rumus sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

di mana :

π : laba atau pendapatan

TR : total penerimaan (*total revenue*)

TC : total biaya (*total cost*)

Untuk menentukan apakah usaha yang dilakukan nelayan menguntungkan secara ekonomis atau tidak, dianalisis dengan rumus sebagai berikut :

$$Revenue-Cost Ratio = \frac{TR}{TC}$$

Kriteria :

R/C > 1 : usaha menguntungkan

R/C = 1 : usaha tidak untung dan tidak rugi

R/C < 1 : usaha merugikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pemasaran

Analisis saluran pemasaran dimaksudkan untuk menjelaskan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian ikan asap hingga sampai ke konsumen akhir. Analisis terhadap margin pemasaran ditujukan untuk menilai berapa besar perbedaan harga pada setiap lembaga pemasaran dalam suatu saluran distribusi. Sedangkan analisis efisiensi digunakan untuk menentukan saluran pemasaran yang paling efisien dalam pendistribusian ikan asap.

Proses pendistribusian ikan asap oleh nelayan dilakukan dengan dua sistem, yaitu

langsung ke konsumen tanpa melibatkan lembaga pemasaran dan secara tidak langsung melalui perantara, yaitu pedagang pengumpul dan pengecer. Kedua cara pendistribusian ini menghasilkan tiga saluran pemasaran seperti yang terlihat pada Gambar 1.

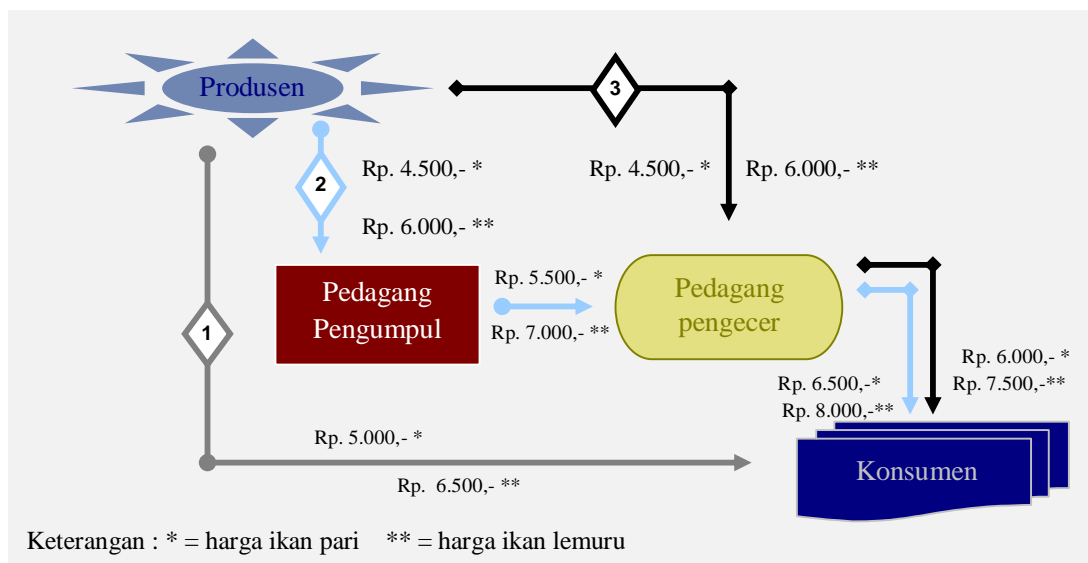
Pada Gambar 1 terlihat bahwa mekanisme pendistribusian pada saluran 1 merupakan saluran pemasaran yang paling pendek dan sederhana, yaitu produsen langsung menjual ke konsumen tanpa lembaga pemasaran. Pola ini berlangsung dengan cara produsen mendatangi konsumen di pasar atau sebaliknya konsumen yang langsung mendatangi lokasi produsen. Cara yang pertama memiliki konsekuensi karena petani harus mengeluarkan biaya pemasaran, seperti biaya retribusi pasar, biaya transportasi, dan biaya tenaga kerja yang biasanya tidak diperhitungkan oleh nelayan.

Mekanisme pendistribusian pada saluran 2 melibatkan dua lembaga pemasaran sebelum ikan asap sampai di konsumen. Pertama-tama produsen menjual ke pedagang pengumpul

kemudian pedagang pengumpul tersebut mendistribusikan ke pedagang pengecer, baik pengecer lokal maupun pengecer di luar daerah, untuk selanjutnya di jual ke konsumen. Pola ini terjadi dengan cara pedagang pengumpul mendatangi lokasi produsen, kemudian di bawa ke pasar untuk dijual ke pedagang pengecer. Pada umumnya kedua perantara pemasaran ini memiliki fasilitas kendaraan pengangkut dan tempat khusus (los) di pasar.

Mekanisme pendistribusian pada saluran 3 berlangsung dengan melibatkan satu lembaga pemasaran saja, yaitu pedagang pengecer. Produsen menjual produknya ke pengecer dan selanjutnya pengecer memasarkannya ke konsumen. Pola ini terjadi dengan cara pedagang pengecer mendatangi produsen kemudian pengecer menjual di pasar atau biasa juga di Tempat Pelelangan Ikan (TPI).

Jangkauan pemasaran ikan asap yang nelayan adalah pasar lokal yaitu di dalam wilayah Kabupaten Sinjai dan pasar luar daerah Kabupaten Sinjai, seperti di bagian selatan



Gambar 1. Skema saluran pendistribusian ikan asap di Kecamatan Sinjai Timur

Tabel 1. Margin dan efisiensi pemasaran pada setiap saluran distribusi ikan asap di Kabupaten Sinjai, 2003

Saluran Distribusi	Lembaga Pemasaran	Jenis Ikan	Harga (Rp/ekor)		Margin (Rp/ekor)			Efisiensi Pemasaran (%)
			Beli	Jual	Biaya Pemasaran	Laba	Total Margin	
I	Produsen	Pari	4.500	5.000	460	40	500	9,20
		Lemuru	6.000	6.500	370	130	500	5,69
Rata-rata								8,15
Jumlah								7,45
II	Produsen	Pari	-	4.500	-	-	-	-
		Lemuru	-	6.000	-	-	-	-
	Pengumpul	Pari	4.500	5.500	395	605	1.000	7,18
		Lemuru	6.000	7.000	380	620	1.000	5,43
	Rata-rata Pengecer	Pari	5.500	6.500	240	760	1.000	6,31
		Lemuru	7.000	8.000	340	660	1.000	3,69
Rata-rata								4,25
Jumlah								3,97
III	Produsen	Pari	-	4.500	-	-	-	-
		Lemuru	-	6.000	-	-	-	-
	Pengecer	Pari	4.500	6.000	910	590	1.500	15,17
		Lemuru	6.000	7.500	710	790	1.500	9,47
Rata-rata								12,32
Jumlah								12,32

Sumber : Data primer setelah diolah, 2003

Keterangan : Harga beli produsen pada saluran I adalah harga jual jika produsen penjual ke pedagang perantara

Kabupaten Bone dan bagian utara Kabupaten Bulukumba. Proses pemasaran lokal ditangani sendiri oleh produsen, pedagang pengumpul dan pengecer, sedangkan pemasaran antar daerah hanya dilakukan oleh pedagang pengecer luar daerah.

Untuk mengetahui distribusi pendapatan antar pelaku pemasaran dapat dijelaskan dari nilai margin yang diterima. Nilai margin ditentukan berdasarkan perbedaan harga jual dan harga beli per unit produk pada setiap tingkatan pelaku lembaga pemasaran. Margin pemasaran pada setiap saluran pendistribusian ikan asap di Kabupaten Sinjai bervariasi pada setiap saluran distribusi (Tabel 1).

Angka margin pemasaran pada Tabel 1 menunjukkan bahwa eksistensi lembaga pemasaran dalam proses pendistribusian produk mengakibatkan ber-bedanya harga akhir yang diterima konsumen. Perbedaan harga akhir ini disebabkan karena masing-masing

lembaga pemasaran menginginkan margin yang ditujukan untuk menutupi biaya pemasaran (*marketing costs*) dan mendapatkan keuntungan/laba (*marketing charges*) dari proses pemasaran yang dilakukan.

Margin untuk biaya pemasaran terkait dengan tingkat pengembalian dari faktor produksi yang dikorbankan, seperti biaya transportasi, retribusi pasar, dan upah tenaga kerja, sementara margin yang ditujukan untuk keuntungan berkaitan dengan balas jasa dari aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Angka margin pemasaran pada Tabel 1 menunjukkan bahwa harga jual produsen dan harga akhir konsumen tergantung dari saluran distribusi. Harga jual produsen pada saluran I lebih tinggi dibanding saluran II dan III karena produsen langsung memasarkan produknya tanpa perantara, sehingga untuk menutupi biaya pemasaran, produsen menaikkan harga

jual. Harga jual produsen pada saluran II dan III sama karena pola pemasarannya juga sama yakni perantara langsung mendatangi lokasi produsen.

Harga akhir produk pada tingkat konsumen juga bervariasi berdasarkan saluran distribusi. Harga terendah yang diterima konsumen terjadi pada saluran I meskipun harga jual telah dinaikkan, kemudian pada saluran II dan III. Komposisi harga akhir ini menunjukkan bahwa semakin panjang saluran yang dilalui oleh pemasaran produk, maka semakin besar harga yang diterima oleh konsumen. Hal ini disebabkan karena harga akan naik mengikuti setiap saluran yang dilalui sebagai konsekuensi dari adanya margin yang diinginkan oleh lembaga pemasaran.

Total margin pemasaran yang tertinggi terjadi pada pedagang pengecer pada saluran III. Tingginya margin ini dipengaruhi oleh pola pemasaran yang dilakukan oleh pengecer, yakni mendatangi langsung lokasi produsen sehingga biaya pemasarannya lebih tinggi. Pola yang sama terjadi pada pedagang pengumpul pada saluran II, namun total marginnya lebih rendah karena kuantitas produk yang dibeli lebih banyak sehingga biaya pemasaran per ekor lebih rendah.

Namun demikian, secara total keuntungan terbesar berada pada tingkat produsen. Hal ini dapat dilihat dari keuntungan produsen dari produksi per ekor ikan pari dan lemuru asap masing-masing Rp. 820,- dan Rp. 1.270,- (Tabel 3). Bahkan jika memasarkan sendiri produknya, nelayan mendapatkan tambahan keuntungan masing-masing Rp. 40,- dan Rp. 130,-, sehingga

total keuntungan per ekor untuk ikan pari asap sebesar Rp. 860,- dan ikan lemuru asap Rp. 1.400,-. Nilai keuntungan produsen ini berada di atas keuntungan pedagang perantara, baik pada saluran I maupun II.

Pada aspek efisiensi pemasaran, data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa saluran yang paling efisien adalah saluran I (7,45 %), kemudian saluran II dan III masing-masing 10,28 % dan 12,32 %. Hal ini menunjukkan bahwa saluran yang pendek tidak mutlak menghasilkan nilai efisiensi yang rendah. Relatif tingginya nilai efisiensi pada saluran II disebabkan karena pola pemasaran pengecer, yakni mendatangi produsen dengan kuantitas pembelian yang rendah, sehingga biaya pemasaran per ekornya menjadi tinggi. Namun, jika dikaitkan dengan indikator efisiensi yang menjelaskan bahwa nilai yang efisien adalah ≤ 50 %, maka semua saluran pemasaran termasuk efisien.

Mengacu pada margin dan efisiensi pemasaran, maka usaha pengolahan ikan asap yang dilakukan oleh nelayan di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai memiliki prospek baik untuk dikembangkan karena nilai margin yang menguntungkan dan terdistribusi secara proporsional serta sistem pemasaran yang efisien.

Analisis Pendapatan

Analisis pendapatan dilakukan untuk mengetahui berapa balas jasa yang diterima atas faktor produksi yang telah dikorbankan dan balas jasa atas biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

Pada analisis pendapatan, seluruh pengeluaran diperhitungkan. Ada biaya yang secara riil tidak

dikeluarkan, tetapi tetap diperhitungkan, misalnya upah nelayan atau keluarganya yang turut bekerja dan sarana penunjang yang tidak habis pakai sekali produksi, seperti biaya sewa lahan. Meskipun pemilik bekerja dan menggunakan lahan sendiri, upah dan biaya penyusutan sewa lahan harus diperhitungkan untuk memperoleh angka keuntungan yang sebenarnya. Demikian juga dengan bahan baku, meskipun diperoleh dari penangkapan sendiri, biayanya harus tetap diperhitungkan.

Hasil perhitungan dan interview nelayan diperoleh data sebagai berikut :

1. Frekuensi penangkapan ikan untuk bahan baku dilakukan sebanyak 9 trip/ bulan. Jumlah tangkapan rata-rata 569 ekor/bulan dengan rincian 217 ekor ikan pari dan 352 ekor ikan lemuru.
2. Sebagian hasil tangkapan dibagi kepada tenaga kerja sebagai upah kerja (bagi hasil), sehingga jumlah bahan baku yang diolah adalah 495 ekor dengan rincian 189 ekor ikan pari dan 306 ekor ikan lemuru.
3. Rata-rata biaya pengolahan ikan asap Rp. 1.834.700,- per bulan dengan harga jual rata-rata untuk ikan pari Rp. 4.500,- per ekor dan ikan lemuru Rp. 6.000,- per ekor.
4. Asumsi-asumsi :
 - a. Oleh karena proses pengolahan menggunakan tenaga kerja sendiri, maka upah diasumsikan Rp. 15.000,- per pengasapan
 - b. Oleh karena bahan baku diperoleh dari hasil tangkapan dari nelayan sendiri, maka biaya bahan baku diasumsikan sama dengan harga pemasaran ikan jika

langsung dijual dalam keadaan segar. Harga rata-rata ikan segar untuk ikan pari adalah Rp. 2.500,- per ekor dan ikan lemuru Rp. 4.000,- per ekor.

- c. Oleh karena lahan yang digunakan milik sendiri, maka biaya lahan diasumsikan sama dengan biaya investasi. Investasi ini dihitung sebagai biaya penyusutan sewa lahan sebesar Rp. 100.000,- per tahun atau Rp. 8.400,- per bulan.

Rincian biaya yang dikeluarkan oleh nelayan berdasarkan data dan asumsi-asumsi tersebut terlihat pada tabel 2, 3 dan 4.

Data variabel penerimaan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai penerimaan dari ikan lemuru lebih tinggi dibandingkan dengan ikan pari. Hal ini disebabkan karena selain kuantitas yang lebih banyak, juga karena harga jual yang lebih tinggi. Hasil wawancara terhadap nelayan responden, pedagang perantara, dan beberapa konsumen menyatakan bahwa rasa dan aroma ikan lemuru asap relatif lebih baik dibandingkan dengan ikan pari. Oleh faktor inilah yang menyebabkan tingginya harga jual ikan lemuru asap.

Hasil analisis pendapatan menunjukkan bahwa rata-rata angka pendapatan yang diperoleh nelayan adalah Rp. 766.800 per bulan. Dengan profil dan status usaha yang bersifat rumah tangga, maka dapat diinterpretasikan bahwa usaha tersebut memberikan nilai tambah yang sangat besar bagi nelayan pengasap ikan. Namun demikian perlu dijelaskan bahwa pendapatan yang relatif tinggi ini terjadi karena pada saat tersebut hasil tangkapan nelayan relatif besar sebagai akibat musim timur.

Tabel 2. Rincian rata-rata biaya per bulan pada pengolahan ikan asap nelayan responden di Kecamatan Sinjai Timur, 2003

Jenis Biaya	Jumlah (Rp.)
A. Biaya investasi	1.250.000,-
B. Biaya tetap :	
1. Penyusutan (5 tahun)	20.900,-
2. Upah tenaga kerja :	
Frekuensi pengasapan 9 kali dalam 1 bulan @ Rp. 15.000,-	135.000,-
3. Pajak	5.000,-
Jumlah biaya tetap	160.900,-
C. Biaya variabel :	
1. Bahan baku	
a. Ikan pari = 189 ekor @ Rp. 2.500,- = Rp. 472.500,-	
b. Ikan Lemuru = 306 ekor @ Rp. 4.000,- = Rp. 1.224.000,-	1.696.500,-
2. Kayu bakar	31.500,-
3. Minyak tanah	10.800,-
4. Dan lain-lain	20.000,-
Jumlah biaya variabel	1.758.800,-
Total Biaya	1.919.700,-

Sumber : Data primer setelah diolah, 2003

Tabel 3. Rincian rata-rata biaya, penerimaan, dan pendapatan nelayan responden per ekor ikan asap di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai, 2003

Biaya	Jenis ikan	
	Pari	Lemuru
Biaya tetap :	Rp.. 851,-	Rp. 526,-
Biaya variabel :		
Bahan baku	Rp. 2.500,-	Rp. 4.000,-
Kayu bakar	Rp. 31.500,-/189 ekor = Rp. 167,-	Rp. 31.500,-/306 ekor = Rp. 103,-
Minyak tanah	Rp. 10.800,-/189 ekor = Rp. 57,-	Rp. 10.800,-/306 ekor = Rp. 35,-
Dan lain-lain	Rp. 20.000,-/189 ekor = Rp. 106,-	Rp. 20.000,-/306 ekor = Rp. 65,-
Total biaya	Rp. 3.681,-	Rp. 4.729,-
Penerimaan	Rp. 4.500,-	Rp. 6.000,-
Pendapatan	Rp. 820,-	Rp. 1.270,-

Sumber : Data primer setelah diolah, 2003

Tabel 4. Jenis biaya, penerimaan, pendapatan dan R/C ratio usaha pengasapan ikan nelayan responden, 2003

Variabel Ekonomi	Jumlah (Rp/bulan)
Biaya tetap (FC)	160.900,-
Biaya variabel (VC)	1.758.800,-
Total biaya (TC = FC + VC)	1.919.700,-
Total penerimaan (TR)	
a. Ikan pari asap = 189 ekor @ Rp. 4.500,- = Rp. 850.500,-	
b. Ikan lemuru asap = 306 ekor @ Rp. 6.000,- = Rp. 1.836.000,-	
Total	2.686.500,-
Pendapatan ($\pi = TR - TC$)	766.800,-
R/C ratio ($R/C = TR : TC$)	1,53

Sumber : Data primer setelah diolah, 2003

Periode musim timur pada sebagian besar wilayah di daerah penelitian terjadi pada bulan April sampai Oktober (6 bulan). Jika pendapatan tersebut dikonversi ke dalam periode tahunan dengan asumsi selama musim barat tidak melakukan pengasapan, maka pendapatan yang diperoleh nelayan sebesar Rp. 383.400,- per tahun.

Mengacu pada perspektif keterkaitan antar subsistem pada sistem agribisnis, maka profil usaha pengasapan ikan yang dilakukan nelayan juga memberikan nilai tambah yang lain, yaitu dalam korelasi nilai hasil tangkapan. Jika hasil tangkapan yang dijadikan sebagai bahan baku pengasapan di jual langsung dalam keadaan segar tanpa diolah, maka sangat memungkinkan nilai harga yang diterima nelayan lebih rendah. Hal ini disebabkan karena dalam waktu yang relatif cepat ikan-ikan tersebut akan mengalami proses pembusukan yang dapat mengakibatkan turunnya harga ikan.

Keterkaitan antar subsistem pengolahan dan subsistem pengadaan bahan baku dalam usaha pengasapan ikan sangat menentukan besarnya pendapatan yang diterima nelayan. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan konfigurasi biaya yang dikeluarkan nelayan dalam proses pengasapan ikan yaitu 96,5 % dari biaya operasional atau 88,4 % dari total biaya terproporsi untuk biaya pengadaan bahan baku.

Untuk mengetahui tingkat profitabilitas usaha apakah menguntungkan nelayan atau tidak, maka analisis dilanjutkan dengan analisis R/C ratio. Hasil analisis R/C ratio pada Tabel 4 menunjukkan nilai sebesar 1,53. Mengacu pada

nilai ratio tersebut dan berpedoman pada kriteria nilai R/C yang menguntungkan, maka usaha pengasapan ikan yang dilakukan nelayan memenuhi kriteria menguntungkan secara ekonomis karena nilai yang lebih dari 1. Interpretasi nilai R/C ratio 1,53 adalah bahwa setiap Rp. 1.000,- biaya yang dikeluarkan akan diperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.530,-.

Berdasarkan pada perspektif pendapatan dan R/C ratio, maka dapat dinyatakan bahwa usaha pengasapan ikan yang dilakukan oleh nelayan responden memiliki prospek untuk dijadikan sebagai pilihan usaha, terutama dalam relevansinya dengan upaya peningkatan pendapatan nelayan khususnya nelayan tradisional di Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai.

KESIMPULAN

Semua saluran pemasaran berlangsung dalam kondisi yang efisien dan nilai keuntungan total yang diperoleh nelayan sebagai produsen mendapatkan proporsi yang lebih besar dibanding pedagang perantara. Usaha pengasapan ikan menguntungkan dan dapat meningkatkan pendapatan nelayan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adjid, D. A. 1994. Sistem dan Strategi Pengembangan Agribisnis Perikanan. Badan Agribisnis Pertanian. Deptan, Jakarta.
- Afrianto, E dan E. Liviawaty. 1989. Pengawetan dan Pengolahan Ikan. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Anonim. 2002. Laporan Statistik Perikanan Sulawesi Selatan Tahun 2001, Dinas Perikanan dan Kelautan Propinsi Sulawesi Selatan. Makassar.

- _____. 2002. Laporan Tahunan Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sinjai Tahun 2001. Sinjai.
- Hanafiah, A. M dan A. M. Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. UI Press, Jakarta.
- Hernanto, F. 1993. Usaha Tani. PT. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Kadarsan, H. W. 1995. Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kartasapoetra, A. G. 1987. Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian. PT. Bina Aksara, Jakarta.
- Kotler, P. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi Ke-tujuh. Terjemahan oleh Adi Zakaria Afiff. 1995. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES, Jakarta.
- Nurkin, B. 1995. Studi Model Pengelolaan Hutan Bakau Rakyat di Pantai Sinjai Timur. Pusat Studi Lingkungan Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Raju, V. T and M. V. Oppen, 1992. Marketing Efficiency for Selected Crops in Semi Arid Tropical India. ICRISAT, India.
- Rangkuti, 2002. Riset Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sapuan dan B, Djanuwardi. 1997. Pergeseran Sistem Pemasaran Pangan dan Peran Pemerintah. Agro-Ekonomika. Perhepi, Jakarta.
- Saragih, B. 1998. Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. CV Nasional. Jakarta.
- Soekartawi, 1993. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya. Rajawali Press, Jakarta.
- Swastha, B. D. H. 1999. Saluran Pemasaran: Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Wibowo, S. 1995. Industri Pengasapan Ikan. Penebar Swadaya, Jakarta.