



Pemasaran Udang Vaname (*Lithopenaeus vannamei*) di Kabupaten Pohuwato, Indonesia

Lis M. Yapanto, Citra Panigoro, Suprianto Antu
Jurusan Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Negeri Gorontalo
Koresponden email: citrapanigoro@ung.ac.id

Received: 04 Januari 2021; Revised: 26 Februari 2021; Accepted: 28 April 2021
DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.7.2.659-666.2021>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk saluran tataniaga, margin tataniaga, dan efisiensi tataniaga udang vaname (*lithopenaeus vannamei*) di Kabupaten Pohuwato. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember sampai bulan Pebruari 2021. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara langsung kepada petambak, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi dua saluran tataniaga udang, saluran tataniaga I dari Petambak – Pedagang pengumpul – Konsumen (Pengiriman luar daerah), pada saluran tataniaga II Petambak – Pedagang pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen. Dengan margin tatniaga udang vaname saluran tataniaga I sebesar Rp 5.000/kg dan pada saluran tataniaga II sebesar Rp 10.000/kg. Tataniaga yang terjadi dikatakan efisien pada saluran I dengan nilai 0,9% dan saluran II 1,4%.

Kata Kunci: *Udang Vaname, Saluran Tataniaga, Margin Tataniaga, Efisiensi Tataniaga,*

Abstract

The purpose of this study was to determine the shape of the trading channel, trade margin, and trade efficiency of vannamei shrimp (lithopenaeus vannamei) in Pohuwato Regency. This research was conducted from December to February 2021. Data collection in this study was conducted through direct interviews with farmers, collectors and retailers. The results of this study indicate that there are two channels of shrimp trading, channel I trading from farmers - collecting traders - consumers (shipping outside the area), on channel trading system II farmers - traders collecting - retailers - consumers. With a trading margin of vaname shrimp, trade system I channel is Rp. 5,000 / kg and Rp. 10,000 / kg on channel II. The trading system that occurs is said to be efficient in channel I with a value of 0.9% and channel II of 1.4%.

Keywords: *Vaname Shrimp, Trading Channels, Trading Margins, Trading Efficiency,*

PENDAHULUAN

Menurut Egi (2014) bahwa Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) merupakan udang yang berhasil dibudidayakan di daerah tropis, berbagai wilayah Indonesia, udang vaname ini juga merupakan udang yang berasal dari bagian barat pantai Amerika Latin. Udang vaname memiliki keunggulan antara lain, mampu ditebar di kondisi kepadatan tinggi karena dapat mengisi kolom air dalam pemeliharannya, responsif terhadap pakan. Salah satu lokasi yang memiliki potensi di bidang perikanan budidaya tambak udang yaitu Kabupaten Pohuwato. Kabupaten Pohuwato adalah salah satu diantara dari kabupaten di Provinsi Gorontalo, dimana potensi perikanan adalah modal pertama bagi pembangunannya. Pembangan perikanan merupakan bagian dari pembangunan nasional dimana sasaran pokok pembangunan di bidang ekonomi sub sektor perikanan yang di laksanakan oleh bangsa indonesia sendiri, baik usaha memproduksi, pengolahan, pembudidayaan maupun pemasaran (Yapanto, 2015). Potensi perikanan yang saat ini cukup baik membuat Kabupten Pohuwato menjadi salah satu pengeksport hasil perikanan khususnya udang vaname. Udang vaname merupakan komoditas perikanan yang mempunyai nilai ekonomi cukup tinggi, dari rata-rata hasil panen yang dilakukan oleh pembudidaya udang vaname sebanyak 500 kg- 1 ton dalam sekali panen. Panen yang dilakukan berkisar antara 2 sampai 3 bulan untuk sekali panen. Hasil yang melimpah ini harus di sesuaikan dengan adanya tataniaga yang efisien mengingat kondisi dari hasil panen udang vaname yang mudah rusak. Selain itu, para pembudidaya memilih memasarkan hasil usaha budidaya udang vaname ke penampung yang ada di Desa Mootilango karena belum ada lembaga masyarakat seperti koperasi dan sejenisnya yang dibentuk oleh para pembudidaya udang vaname di Desa Mootilango. Berdasarkan kondisi Kabupaten Pohuwato yang saat ini memiliki potensi perikanan budidaya udang vaname yang cukup besar maka penulis mengambil judul penelitian yaitu “Tataniaga Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato”.

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di laksanakan pada bulan Desember sampai bulan Januari 2021 bertempat di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato.



B. Alat dan Bahan



Alat dan bahan yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner, buku catatan, kamera, udang vaname, dan pulpen.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei untuk melihat gejala-gejala yang ada dan mengumpulkan data tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan variabel penelitian (Purwanti, 2017). Penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung ke lokasi yaitu di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato.

a. Penentuan Responden

Berdasarkan data profil Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato tahun 2020, yang berprofesi sebagai nelayan tambak/petambak udang, berjumlah sebanyak 60 orang. Sesuai pernyataan dari Sifa (2017), jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka penentuan responden di ambil secara keseluruhan. Maka jumlah sampel yang di ambil dari petambak/pembudidaya udang vaname pada penelitian ini adalah sebanyak 60 orang, pedagang pengumpul sebanyak 7 orang dan pedagang pengecer sebanyak 7 orang. Jadi total responden dalam penelitian ini sebanyak 74 orang. Seluruh responden yang di ambil merupakan pelaku usaha yang terlibat langsung di lokasi pengambilan data tataniaga udang vaname di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato.

b. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah yaitu :

1. Data kualitatif merupakan data yang dapat menjelaskan dan menggambarkan mengenai bentuk dari saluran pemasaran udang vaname di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato.
2. Data kuantitatif yaitu data yang digunakan untuk melihat besarnya margin tataniaga, biaya tata niaga, keuntungan, dan efisiensi saluran tataniaga.

Pengumpulan data primer pada responden dilakukan dengan pencatatan, wawancara mendalam dan penelitian observasi lapangan. Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan nelayan petambak, pedagang pengumpul, pedagang pengecer udang vaname. Untuk memperkuat dan melengkapi data primer, dibutuhkan juga data sekunder yang dapat diperoleh dari media massa, perpustakaan, instansi pemerintah dan instansi terkait dalam penelitian ini.

c. Analisis Data

1. Analisis Pola Saluran Tataniaga

Analisis pola jalur (distribusi) perdagangan dengan mengidentifikasi pelaku pemasaran ikan di lokasi tersebut, mulai dari tingkat nelayan, pelaku perantara, hingga konsumen akhir (Hanafiah dan Saefuddin, 2010). Analisis saluran pemasaran udang vaname diamati melalui beberapa agen pemasaran yang berkontribusi pada distribusi atau transformasi hasil panen dari produsen ke konsumen akhir. Saluran pemasaran yang dipelajari meliputi produsen, pengumpul, pengecer, konsumen. Banyaknya institusi yang berkontribusi dalam kegiatan pemasaran akan mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh masing-masing institusi tersebut.

2. Efisiensi Tataniaga

Menurut Roesmawaty (2011) untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap agen pemasaran yang terlibat digunakan rumus:

$$EP = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Dengan kaidah keputusan :

- a. 0 – 33% = Efisien
- b. 34 – 67% = Kurang Efisien
- c. 68 – 100% = Tidak Efisien

3. Margin Tataniaga

Untuk menghitung margin tataniaga pada masing-masing lembaga pemasaran dengan rumus sebagai berikut : Menurut Sudiyono (2001) *dalam* Arif, dkk. (2018), Analisis Margin Pemasaran digunakan untuk menghitung keuntungan masing-masing pelaku pemasaran yang ada dalam proses pemasaran ikan.

$$MP = Pr - Pf$$

Ket :

MP : Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr : Harga Konsumen (Rp/kg)

Pf : Harga Produsen (Rp/kg)

✓ *Share* biaya pemasaran dan *share* keuntungan.

$$Sbi : (bi / Pr) \times 100\%$$

$$Ski : (ki / Pr) \times 100\%$$

Ket :

Ski : *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i

Sbi : *Share* biaya pemasaran ke-i

bi : Biaya pemasaran

ki : Keuntungan pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Pohuwato merupakan daerah pesisir di Provinsi Gorontalo yang masuk dalam kawasan Teluk Tomini. Secara geografis, Kabupaten Pohuwato terletak antara 0,27 dan 1,01° lintang utara dan 121,23 dan 122,44° bujur timur dengan batas-batas wilayah administratif, sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Buol (Provinsi Sulawesi Tengah) dan sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Boalemo (Provinsi Gorontalo), dengan luas wilayah 4,244,31 km². Kabupaten pohuwato ini memiliki potensi tambak yang cukup luas yaitu 9.000 ha (DKP Kabupaten Pohuwato, 2010).

Kabupaten Pohuwato dilihat dari hasil produksi perikanan tahun 2019 sebesar 243.630.000 ton wilayah ini sangat berpotensi untuk perikanan daratnya, dimana banyak desa-desa yang masyarakatnya sebagai petani tambak. Di antaranya Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa dimana desa ini memiliki jumlah luas lahan tambak sekitar 256,5 ha, dan untuk hasil produksi pertahun selama 1 kali panen sebesar 164.30 ton.



2. Saluran Tataniaga

Tataniaga udang vaname di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang tentunya memiliki peranan masing-masing dalam menyalurkan barang hingga ke konsumen akhir. Hal ini tentu akan menyebabkan saluran tataniaga yang berbeda-beda tergantung dari berapa banyak lembaga tataniaga yang ada dalam saluran tataniaga tersebut. Keterbatasan yang dimiliki petambak yaitu kurang tersedianya fasilitas seperti kincir angin, kurangnya modal, rendahnya tingkat pengetahuan petambak dalam proses pemasaran udang vaname yang lebih efisien.

Berdasarkan hasil pengamatan langsung transaksi lembaga pemasaran, diketahui bahwa pemasaran udang vaname di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato terdapat beberapa saluran pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan 74 responden di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato dalam memasarkan udang vaname diketahui ada 2 macam saluran pemasaran dari petambak udang vaname hingga sampai ke tangan konsumen. Kedua saluran tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Saluran Pemasaran I : Petambak – Pedagang Pengumpul – Pengiriman Luar Daerah
- 2) Saluran Pemasaran II : Petambak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir

3. Marjin Tataniaga

Besarnya margin sistem perdagangan ditentukan oleh besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh besarnya laba pada setiap agen perdagangan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Biaya pemasaran udang vaname terdiri dari biaya pembelian es dan biaya transportasi.. Berdasarkan hasil wawancara langsung yang dilakukan baik pada petambak, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, bahwa dari beragam ukuran udang vaname, *size* 100 (100 ekor per kilogram) adalah ukuran yang paling banyak saat ini dihasilkan para petambak yang ada di Desa Mootilango, Kecamatan Duhiadaa, Kabupaten Pohuwato, sehingga mengambil *size* 100 sebagai sampel untuk mengetahui nilai dari margin pemarkan yang terbentuk.

Dari hasil penelitian bahwa margin tataniaga udang vaname di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato berdasarkan saluran pemasaran diantaranya dapat dilihat pada tabel berikut.

Saluran Pemasaran	Share (%)		MP (Rp)
	Ski	Sbi	
1	0,11	0,89	5.000
2	0,22	1,37	11.000

Sumber : Data Primer (2021)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, terdapat dua jalur pemasaran yang berbeda untuk pemasaran udang vaname di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato Pada saluran pemasaran I pemasaran berasal dari petambak udang vaname yang dijual langsung ke pengepul seharga Rp. 40.000 / kg. Selanjutnya pengepul menjualnya ke perusahaan luar daerah dengan harga Rp. 45.000 / kg. Jadi bisa dilihat margin pemasaran yang terjadi di saluran pemasaran I adalah Rp 5.000 / kg.

Pada saluran pemasaran II, proses pemasaran diawali dengan petambak udang vaname di Desa Mootilango, Kecamatan Duhiadaa, Kabupaten Pohuwato, kemudian dijual langsung ke pedagang pengumpul seharga Rp. 40.000 / kg. Kemudian pengepul menjual udang vaname ke pengecer seharga Rp. 45.000 / kg. Serta pengecer menjual langsung ke konsumen dengan harga Rp. 51.000 / kg. Sehingga terlihat margin pemasaran yang terjadi pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 11.000.

4. Efisiensi Tataniaga

Efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan membagi biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan yang kemudian dikalikan dengan 100% dan ini disebut Ep. Semakin kecil Ep, semakin efisien. Efisiensi saluran pemasaran udang vaname dilakukan dengan melihat proporsi antara biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga jual udang vaname.

Saluran Pemasaran	Efisiensi
Saluran I	0.9%
Saluran II	1.4%

Gambar Saluran Pemasaran

Sumber : Data primer (2021)

Pemasaran udang vaname yang memiliki nilai efisiensi terkecil adalah saluran pemasaran saya yaitu 0,9%, sedangkan saluran pemasaran kedua memiliki efisiensi sebesar 1,4%. Dari sini terlihat bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I, karena biaya pemasaran yang dikeluarkan di saluran pemasaran saya lebih kecil, sedangkan keuntungan yang diterima oleh instansi di saluran pemasaran saya lebih besar daripada saluran pemasaran II. Menurut Sudana, (2019) bahwa semakin panjang tataniaga atau semakin banyaknya lembaga yang terlibat akan menyebabkan harga yang di terima prosuden semakin kecil dan semakin menunjukkan sistem pemasaran yang tidak efisien.

PENUTUP

Saluran tataniaga udang vaname di Desa Mootilango Kecamatan Duhiadaa Kabupaten Pohuwato memiliki dua saluran tataniaga yaitu saluran tataniaga I dari Petambak – Pedagang pengumpul – Konsumen (Pengiriman luar daerah), pada saluran tataniaga II Petambak – Pedagang pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen. Dengan margin tataniaga udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di



Desa Mootilango, saluran tataniaga I sebesar Rp 5.000/kg dan pada saluran tataniaga II sebesar Rp 10.000/kg. Serta tataniaga yang terjadi dikatakan efisien pada saluran I dengan nilai 0,9% dan saluran II 1,4%

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, H. (2015). *Analisis Tataniaga Ubi Jalar Di Desa Purwasari Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor*. [skripsi]. Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Egi, E. (2014). *Faktor-Faktor Produksi Yang Memengaruhi Output Budidaya Udang Vanamei Indonesia*. [skripsi]. Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Guslan, A. (2016). *Analisis Strategi Saluran Pemasaran Usaha Budidaya Udang Windu Di Desa Pegat Batumbuk Kecamatan Pulau Derawan Kabupaten Berau*. eJournal Administrasi Bisnis. 4 (4). 975-989
- Hanafiah, A. M., dan Saefuddin, A.M. (2010). *Tata Niaga Hasil Perikanan*. UI Press, Jakarta.
- Hanafiah, A. M., dan Saefuddin, A.M. (2010). *Tata Niaga Hasil Perikanan*. UI Press, Jakarta.
- Nadhif, M. (2016). *Pengaruh Pemberian Probiotik Pada Pakan Dalam Berbagai Konsentrasi Terhadap Pertumbuhan Dan Mortalitas Udang Vaname (Litopenaeus Vannamei)*. [skripsi]. Program Studi S1 Biologi Departemen Biologi Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Airlangga. Surabaya
- Paidi, (2016). *Margin Tata Niaga Cumi-Cumi di Koperasi Mina Fajar Sidik Kecamatan Blanakan Kabupaten Subang*. Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan, 10 (1).
- Purwanti, (2017). *Analisis Pola Distribusi Ikan Tenggiri Batang (Scromberomorus Commerson) Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (Ppn) Sungailiat*. [Tugas Akhir]. Universitas Trebuka. Jakarta.
- Renanda, A. (2018). *Analisis Pendapatan Dan Risiko Budidaya Udang Vaname Di Kecamatan Rawajitu Timur Kabupaten Tulang Bawang* [skripsi]. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Roesmawaty, H. (2011). *Analisa efesiensi pemasaran pisang di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Jurnal Agribisnis. 3(5). 1-9.
- Sifa. N. N. (2017). *Pengaruh Budaya Organisasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat*. [skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas, Pasundan. Bandung.
- Sudana, I. W. *Analisis efesiensi pemasaran ikan teri segar hasil tangkapan nelayan di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. 11(2) 2599 – 1426.
- Yapanto, L. M. (2015). *Pemasaran hasil laut produksi nelayan bajo di Kabupaten Pohuwato dan Boalemo Provinsi Gorontalo*. Jurnal pendidikan, sosial, dan budaya. 1(4).
- Yapanto, L. M., Salam, A., & Hamzah, Z. Y. (2020). *TATANIAGA DAN MARGIN PEMASARAN IKAN TUNA DI KOTA GORONTALO (The marketing of Tuna Fish in Gorontalo City)*. Jambura Journal of Animal Science2(2), 38–45.

Olii, A. H., Yapanto, L. M., & Akili, S. A. (2019). The Efficiency Handline Fishing Gear in Gorontalo Regency, Indonesia. *Asian Journal of Fisheries and Aquatic Research*, 1–10. <https://doi.org/10.9734/ajfar/2019/v4i430061>