

ANALISIS DAYA SAING DAN SALURAN PEMASARAN IKAN KEMBUNG (*RASTRELLIGER SP.*) DI  
KABUPATEN REMBANG, JAWA TENGAH

*Analysis of Competitiveness and Marketing Channels Ikan Kembung ( Rastrelliger sp.) in  
Rembang Regency, Central Java Effect*

**Siti Machrusatul Ain, Imam Triarso\*), Sardiyatmo**

Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Jurusan Perikanan  
Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Universitas Diponegoro Semarang  
Jl. Prof Soedarto, SH. Tembalang, Semarang, Jawa Tengah -50275, Telp/Fax. 0247474698  
(email : machrusatulain@gmail.com)

**ABSTRAK**

Sektor perikanan tangkap di Kabupaten Rembang dapat berperan dan berpotensi sebagai penggerak utama perekonomian daerah dan nasional. Akan tetapi, sampai saat ini peran dan potensi tersebut belum baik. Diduga keunggulan komparatif sektor perikanan tangkap yang dimiliki oleh Kabupaten Rembang belum mampu menjadi keunggulan kompetitif. Hal tersebut mengakibatkan rendahnya kinerja ekonomi berbasis sektor perikanan tangkap di Kabupaten Rembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing dan saluran pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Rembang. Berdasarkan margin pemasaran dan analisis PAM. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2017. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang bersifat survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi adalah masyarakat nelayan dan bakul ikan di Kabupaten Rembang. Jumlah sampel yang diambil yaitu 41 orang nelayan dan 45 orang Bakul Ikan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* dan *Snowball Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara yang dilengkapi daftar kuisioner dan juga observasi langsung di lapangan. Teknik analisis data menggunakan analisis margin pemasaran dimana semakin panjang saluran pemasaran, maka margin yang diterima di setiap lembaga pemasaran semakin kecil dan semakin tidak efisien saluran pemasaran. Analisis data selanjutnya adalah analisis data menggunakan PAM, *Private cost ratio* (PCR):  $C/(A - B)$  yang dihasilkan 0,6,  $PCR < 1$ , berarti sistem komoditas yang diteliti memiliki keunggulan kompetitif; *Domestic resource cost ratio* (DRC):  $G/(E - F)$ , yang dihasilkan 0,67  $DRC < 1$  berarti sistem komoditas yang diteliti mempunyai keunggulan komparatif; NPCO yang dihasilkan 1,04 nilai NPCO  $> 1$  berarti kebijakan bersifat protektif terhadap *output* ; *On tradable inputs* (NPCI):  $B/F$  yang dihasilkan 0,9, jika nilai NPCI  $< 1$  berarti kebijakan bersifat protektif terhadap *input*, berarti ada kebijakan subsidi terhadap *input tradable*. Saluran pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Rembang efisien karena rantai pemasaran yang pendek.

**Kata Kunci** : Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*); PAM; Daya Saing; Margin Pemasaran; Pemasaran

**ABSTRACT**

*The capture fishery sector in Rembang Regency can play a role and potentially as the main driver of regional and national economy. However, until now the role and potential has not been optimized properly. Allegedly the comparative advantage of the catching fishery sector owned by the Rembang Regency has not been fully transformed into competitive superiority. This resulted in low economic performance based on capture fisheries sector in Rembang regency. This study aims to analyze competitiveness and marketing channels of Rice Fish (Rastrelliger sp.) In Rembang District based on marketing margin and PAM analysis. This research was conducted in April 2017. The method used is descriptive method that is survey with quantitative approach. Population is fisherman society and fish basket in Rembang Regency. The number of samples taken are 41 fishermen and 45 Bakul Ikan. The sampling technique used simple random sampling method and Snowball Sampling. Technique of data collecting is done by interview method with completed questionnaire and also direct observation in field. Data analysis techniques use marketing margin analysis where the longer the marketing channel, the margin received in each marketing agency is getting smaller and the more inefficient the marketing channel. The next data analysis is data analysis using PAM, Private cost ratio (PCR):  $C / (A - B)$  produced 0.6,  $PCR < 1$ , means the commodity system studied has competitive advantage; Domestic resource cost ratio (DRC):  $G / (E - F)$ , produced 0.67  $DRC < 1$  means the commodity system under study has a comparative advantage; NPCO generated 1.04 NPCO value  $> 1$  means the policy is protective of output; On tradable inputs (NPCI):  $B / F$  generated 0.9, if the NPCI value  $< 1$  means the policy is protective of inputs, there is a policy of subsidies to tradable inputs. The result of the marketing channel is that the marketing channel of Kembung fish*

*(Rastrelliger sp.) In Kabupaten Rembang is efficient due to marketing.*

**Keywords:** *Kembung (Rastrelliger sp.); PAM, Competitiveness; Marketing Margin; Marketing*

## **PENDAHULUAN**

Pengembangan sektor perikanan di Indonesia pada umumnya, termasuk di Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah terdapat beberapa masalah, yaitu: pertama, kemampuan dalam memproduksi komoditas perikanan yang berdaya saing tinggi secara lestari, baik melalui usaha penangkapan maupun usaha budidaya masih rendah. Hasil tangkapan ikan di laut masih rendah, selain itu bersifat fluktuatif, karena sebagian besar nelayan masih menggunakan teknologi penangkapan ikan secara tradisional, sehingga kapasitas tangkap atau kemampuan tangkapnya rendah; Kedua, kemampuan untuk memasarkan produk atau komoditas perikanan dengan harga yang menguntungkan produsen (nelayan) baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri maupun ekspor masih lemah; Ketiga, kemampuan nelayan dalam memasarkan produknya diperhadapkan pada panjangnya mata rantai saluran pemasaran ikan dan sangat kuat didominasi para tengkulak ikan dan lembaga pemasaran, khususnya di tempat pendaratan ikan.

Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) merupakan salah satu ikan pelagis kecil yang banyak terdapat di Laut Jawa. Ikan kembung komoditas yang paling banyak produksinya di Kabupaten Rembang, sehingga perlu diketahui analisis daya saing dan saluran pemasaran. Dalam upaya meningkatkan efisiensi usaha dan pemasaran ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*), daya saing dan pemasarannya merupakan hal yang sangat penting. Pemahaman mendalam tentang hal tersebut adalah sangat diperlukan, dan karena itu perlu dilakukan penelitian terhadap daya saing dan saluran pemasaran terkait margin dan efisiensi pemasaran ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*).

## **Perumusan Masalah**

Sektor perikanan tangkap di Kabupaten Rembang dapat berperan dan berpotensi sebagai penggerak utama perekonomian daerah dan nasional. Akan tetapi, sampai saat ini peran dan potensi tersebut belum teroptimalkan dengan baik. Keunggulan komparatif sektor perikanan tangkap yang dimiliki oleh Kabupaten Rembang belum mampu ditransformasikan menjadi keunggulan kompetitif. Hal tersebut mengakibatkan rendahnya kinerja ekonomi berbasis sektor perikanan tangkap di Kabupaten Rembang, oleh karena itu perlu adanya penelitian tentang daya saing dan saluran pemasaran ikan Kembung.

## **Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menganalisis daya saing komoditas Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah; dan
2. Menganalisis margin dan efisiensi pemasaran komoditas ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah.

## **Waktu dan Tempat**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada tanggal 1 April s.d. 30 April 2017 di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah.

## **MATERI DAN METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bersifat survei. Menurut Sugiyono (2011), metode deskriptif yaitu prosedur pemecahan masalah pada metode ini adalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta seadanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi secara langsung dan wawancara kepada nelayan *Mini Purse Seine* dan bakul ikan Kembung. Data yang diperoleh berupa pendapatan setiap nelayan dan bakul ikan, kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan Analisis PAM untuk analisis daya saing dan margin pemasaran untuk analisis Pemasaran Ikan Kembung.

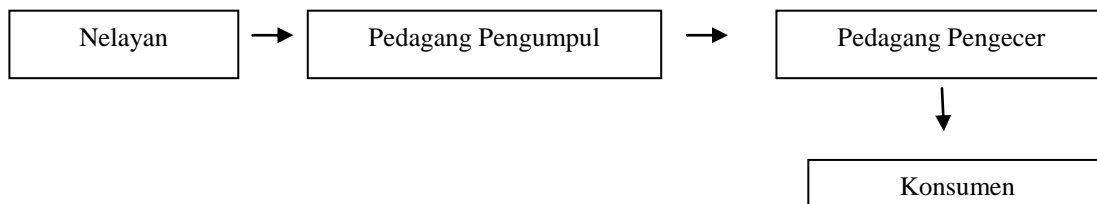
Menurut Monke and Pearson dalam Mahatama dan Miftah (2013), penelitian ini terdiri dari dua tahap, yakni analisis daya saing dengan menggunakan *Policy Analysis Matrix* (PAM), dan kedua analisis daya saing dengan adanya kebijakan menggunakan analisis sensitivitas. Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data penelitian ini antara lain, pertama adalah penentuan input berupa biaya-biaya yang digunakan dalam melakukan usaha ikan Kembung, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Langkah kedua adalah pengidentifikasian input kedalam komponen input *tradable* dan *non tradable*.

Aspek pemasaran menganalisis tentang pendapatan usaha penangkapan dengan menggunakan alat tangkap *Mini Purse Seine*. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan *Microsoft Excel*. Perhitungan yang

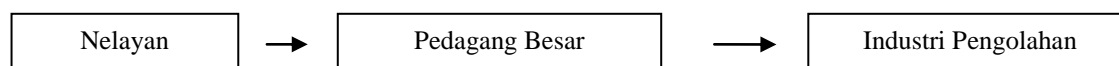
digunakan antara lain keuntungan/pendapatan bersih, r/c ratio, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan *fishers share*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran



Gambar 1. Saluran Pemasaran 1



Gambar 2. Saluran Pemasaran 2

Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) yang ada di Kabupaten Rembang rata-rata menggunakan sistem pemasaran seperti gambar diatas, yaitu Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) dipasarkan dari nelayan kemudian ke pedagang besar dan ke Industri pengolahan ikan di luar kota Rembang, sedangkan jika dari nelayan, kemudian ke pedagang pengumpul maka ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) dijual ke pedagang pengecer baru ke konsumen akhir. Rantai pemasaran ini adalah bentuk dari suatu produk agar bisa sampai ke konsumen dengan melewati beberapa lembaga pemasaran yang dimanfaatkan juga untuk memperoleh keuntungan.

### Margin Pemasaran

Rincian marjin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran seperti pada Tabel 16 berikut:

Tabel 1. Nilai Margin Pemasaran

Saluran Pemasaran	Pedagang Besar (Rp)	Pedagang Sedang (Rp)	Pedagang Kecil (Rp)	Jumlah (Rp)
Saluran Pemasaran 1	2050	0	0	2050
Saluran Pemasaran 2	0	1625	750	2375

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Margin pemasaran yang diperoleh pedagang besar pada saluran 1 sebesar Rp 2.050,-/Kg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang Sedang pada saluran 2 adalah Rp 1625,-/Kg. Sedangkan Margin Pemasaran yang diperoleh pedagang Kecil sebesar Rp 750,-/Kg. Margin pemasaran ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu efisiensi pemasaran itu sudah efisien atau belum jika dikaitkan dengan *fisher's share*. Hal ini diperkuat oleh Setiorini (2008), bahwa pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah, tetapi mempunyai nilai persentase bagian yang diterima produsen (*fisher's share*) tinggi, begitupun sebaliknya.

### *Fisherman's Share*

*Fisherman's share* merupakan presentase harga yang diterima nelayan dibandingkan dengan harga jual pada pedagang. *Fisherman's share* dalam suatu kegiatan pemasaran dapat dijadikan tolak ukur efisiensi pemasaran, semakin tinggi tingkat *fisherman's share* yang diterima nelayan maka dikatakan semakin efisien kegiatan yang dilakukan. Nilai *fisherman's share* yang diperoleh dari saluran pemasaran pada saluran pemasaran 1 dan saluran pemasaran 2 adalah 90 % dan 72 % sesuai tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil analisis *Fisherman's share*

Saluran Pemasaran	Nilai <i>Fisherman's Share</i> (%)
Salurns pemasaran 1	90
Saluran Pemasaran 2	72

Sumber : Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Berdasarkan perhitungan diatas dapat dilihat bahwa saluran pemasaran nelayan-bakul-konsumen memiliki nilai *fisherman share* 90% dan 72% yang dipengaruhi oleh harga di tingkat nelayan dan harga di tingkat konsumen akhir. Nilai *fisherman share* yang didapat cukup tinggi yaitu 90% dan 72% karena saluran pemasaran yang pendek, maka dapat dikatakan saluran pemasaran ini efisien dari sisi nelayan. Hal ini diperkuat oleh Rahmawati (2011), efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Efisiensi harga adalah menyangkut harga komoditi mulai dari nelayan ke

pedagang besar sampai ke konsumen akhir pada masing-masing saluran pemasaran. Efisiensi harga ditentukan oleh *fisherman's share*, margin pemasaran, keuntungan, total biaya pemasaran, total nilai produk lembaga pemasaran, informasi harga dan fasilitas.

### Analisis Daya saing

Hasil empiris dari penelitian ini mengukur daya saing apakah pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) memiliki keunggulan komperatif dan kompetitif dengan fokus penelitian, yaitu Usaha ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Rembang dengan pengambilan tempat sampling di TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar. Alat analisis yang digunakan adalah *Policy Analysis Matrix* (PAM) berdasarkan data penerimaan dan biaya produksi dalam dua bagian yaitu harga finansial (privat) dan harga ekonomi (sosial). Perhitungan dan uraian finansial dan sosial dapat dilihat pada. Hasil analisis berdasarkan perhitungan PAM dapat dilihat pada Tabel 3.

#### a. TPI Tasikagung

Tabel 3. PAM untuk Sistem Usaha ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di TPI Tasikagung

Uraian	Penerimaan	Biaya Input		Keuntungan
		Domestik		
		Tenaga Kerja	Modal	
Privat	221199071,3	2991071,429	157500000	60707999,87
Sosial	235.914.696,13	3099517,088	157590641,1	75.224.537,94
Divergensi	-14.715.624,83	-108.445,66	-90641,1	-14.516.538,07
Rasio Biaya Privat(PCR)				0,721788386
Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (DRC)				0,676891609
Transfer Faktor (Tf) (Tenaga Kerja)				-108445,659
Transfer Faktor (TF) (Modal)				-90641,1
Transfer Output (To)				-14715624,83
Koefisien Proteksi Output Nominal (NPCO)				0,937623111
Koefisien Proteksi Efektif (Epc)				0,937258476
Transfer Bersih (Tb)				-14516538,07
Koefisien Keuntungan (PC)				0,807023898
Nilai Rasio Subsidi Bagi Produsen (SRP)				-0,061532996
Koefisien Proteksi Input Nominal (NPCI)				0.965012079

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

#### b. TPI Karanganyar

Tabel 4. PAM untuk Sistem Usaha ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di TPI Karanganyar

Uraian	Penerimaan	Biaya Input		Keuntungan
		Domestik		
		Tenaga Kerja	Modal	
Privat	190383531,4	2428571,429	121095238,1	66859721,87
Sosial	181453824,4	2516622,83	121190411,3	57746790,27
Divergensi	8929707	-88.051,40	-95173,2	9112931,601
Rasio Biaya Privat(PCR)				0,64427796
Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (DRC)				0,677279013
Transfer Faktor (TF) (Tenaga Kerja)				-88051,401
Transfer Faktor (TF) (Modal)				-95173,2
Transfer Output (TO)				8929707
Koefisien Proteksi Output Nominal (NPCO)				1,049212008
Koefisien Proteksi Efektif (EPC)				1,050396219
Transfer Bersih (TB)				9112931,601
Koefisien Keuntungan (PC)				1,157808452

Nilai Rasio Subsidi Bagi Produsen (SRP)	0,050221767
Koefisien Proteksi Input Nominal (NPCI)	0.965012079

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Tabel 3 dan Tabel 4 memperlihatkan hasil *Policy Analysis Matrix* (PAM) untuk usaha ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*), secara keseluruhan analisis privat dan sosial di TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar menguntungkan. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan analisis privat lebih besar dari pada 0 (Nol) (lebih dari pada tingkat pengembalian normal dan dapat meningkatkan investasi di waktu yang akan datang). Pada ke-dua TPI tersebut (TPI Tasikagung dan Karanganyar), juga menguntungkan secara ekonomi karena keuntungan pada harga sosial lebih dari (nol), penerimaan dan keuntungan sosialnya bernilai positif.

### Analisis Keunggulan Kompetitif

Tabel 5. Keuntungan Privat (KP) dan Rasio Biaya Privat (PCR) Komoditas Kembung di Kabupaten Rembang

No	Uraian	Keuntungan Privat (Rp)	PCR
1.	TPI Tasikagung	60707999,87	0,721788386
2.	TPI Karanganyar	66859721,87	0,64427796

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Keuntungan privat maupun keuntungan sosial yang bernilai positif di kedua TPI, TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar menunjukkan bahwa pedagang yang menjalankan usaha dagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) memperoleh keuntungan karena nilai keuntungan privat maupun sosial bernilai diatas nol. Keunggulan kompetitif juga dapat dilihat dari nilai Rasio Biaya Privat (PCR) yang merupakan indikator bagaimana alokasi sumberdaya diarahkan untuk mencapai efisiensi dalam usah ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*). Rasio biaya privat merupakan rasio antara biaya input *non tradable* atau faktor domestik dengan selisih antara penerimaan dan biaya *input* pada tingkat harga aktual. Nilai PCR yang kurang dari satu ( $PCR < 1$ ) menunjukkan bahwa usaha dagang yang dijalankan efisien secara finansial. Semakin kecil nilai PCR yang diperoleh, maka semakin tinggi tingkat keunggulan kompetitif yang dimiliki.

### Analisis Keunggulan Komparatif

Tabel 6. Keuntungan Sosial (KS) dan Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (DCR) Komoditas Kembung di Kabupaten Rembang

No	Uraian	Keuntungan Sosial	DRC
1.	TPI Tasikagung	75.224.537,94	0,676891609
2.	TPI Karanganyar	57746790,27	0,677279013

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Nilai DRC yang diperoleh dari perusahaan ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di TPI Tasikagung sebesar 0,676891609 lebih kecil daripada nilai DRC di TPI Karanganyar sebesar 0,677279013. Nilai sebesar 0,676891609 menjelaskan bahwa untuk memproduksi atau menambah nilai tambah output sebesar satu satuan di TPI Tasikagung dibutuhkan tambahan sumberdaya domestik sebesar 0,676891609. Sedangkan nilai 0,676891609 di TPI Tasikagung meskipun efisien karena nilainya kurang dari nol, namun bila dibandingkan keunggulan komparatif yang dimiliki tidak sebesar di TPI Karanganyar. Dengan kata lain, biaya produksi yang dikeluarkan pedagang di TPI Karanganyar lebih besar dibandingkan dengan TPI Tasikagung.

Nilai DRC yang kurang dari satu menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan domestik akan komoditas ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) mengindikasikan lebih baik. Dilihat dari perbedaan antara keuntungan privat dan keuntungan sosial dan nilai DRC yang lebih kecil daripada nilai PCR yang diperoleh pedagang di kedua sistem usaha Kembung dapat disimpulkan bahwa keuntungan privat yang diperoleh lebih rendah dari keuntungan sosialnya. Hal ini menunjukkan bahwa harga input yang dibayarkan pedagang lebih tinggi atau harga output yang diterima oleh pedagang lebih rendah dari harga sosial. Artinya adanya pengaruh pemerintah atau distorsi pasar yang tidak memberikan insentif yang baik bagi pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) sehingga keuntungan privat yang diperoleh lebih rendah daripada keuntungan sosialnya terhadap input produksi dan distorsi pada pasar output.

Menurut Monke and Pearson dalam Mahatama dan Miftah (2013), dengan menggunakan analisis MAK tersebut dapat dihasilkan indikator-indikator sebagai berikut:

1. *Private cost ratio* (PCR):  $C/(A - B)$ .  $PCR < 1$ , berarti sistem komoditas yang diteliti memiliki keunggulan kompetitif;
2. *Domestic resource cost ratio* (DRC):  $G/(E - F)$ ,  $DRC < 1$  berarti sistem komoditas yang diteliti mempunyai keunggulan komparatif; dan

### 3. Nominal protection coefficient (NPC)

a. *On tradable outputs* (NPCO): A/E, jika nilai NPCO > 1 berarti kebijakan bersifat protektif terhadap *output*.

b. *On tradable inputs* (NPCI): B/F, jika nilai NPCI < 1 berarti kebijakan bersifat protektif terhadap *input*, berarti ada kebijakan subsidi terhadap *input tradable*.

#### Dampak Kebijakan Output

No	Uraian	Transfer Output	NPCO
1.	TPI Tasikagung	-14715624,83	0,937623111
2.	TPI Karanganyar	8929707	1,049212008

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Berdasarkan Tabel 7, nilai NPCO kedua TPI, TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar, masing-masing yakni 0,937623111 dan 1,049212008. Nilai NPCO yang bernilai kurang dari satu juga menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah untuk pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) belum berjalan efektif sehingga terjadi pengurangan penerimaan pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) begitupun sebaliknya, jika Nilai NPCO yang bernilai lebih atau sama dengan satu juga menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah untuk pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) berjalan efektif sehingga terjadi pengurangan penerimaan pedagang ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*).

#### Dampak Kebijakan Input

Tabel 8. Transfer Faktor (TF), dan Koefisien Proteksi Input Nominal (NPCI)

No	Uraian	Transfer Faktor (Tenaga Kerja)	Transfer Faktor (Modal)	NPCI
1.	TPI Tasikagung	-108445,659	-90641,1	0.965012079,11)
2.	TPI Karanganyar	-88051,401	-95173,2	0.965012079

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Nilai NPCI yang lebih besar dari satu ( $NPCI > 1$ ) menunjukkan adanya proteksi terhadap produsen input *non tradable*. Dengan kata lain menunjukkan bahwa biaya input tersebut lebih mahal daripada biaya input pada tingkat dunia, sehingga menyebabkan sektor yang menggunakan input tersebut dibebani pajak dan akan meningkatkan biaya produksi. Sebaliknya, bila nilai NPCI kurang dari satu ( $NPCI < 1$ ) menunjukkan adanya subsidi atas input tersebut yang menyebabkan harga input *non tradable* lebih rendah dari harga dunia.

Nilai NPCI yang diperoleh kedua TPI, TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar masing-masing sebesar 0.965012079. Nilai NPCI yang bernilai kurang dari satu mengindikasikan bahwa terdapat kebijakan atas input *non tradable* yang menyebabkan harga privat lebih rendah daripada harga sosialnya. Meskipun nilai NPCI bernilai kurang dari satu, namun nilai NPCI relatif mendekati satu. Hal ini mengindikasikan adanya penyimpangan dalam kebijakan subsidi tersebut dimana harga input *non tradable* yang dipasarkan lebih mahal dari harga subsidi yang telah ditetapkan.

#### Dampak Kebijakan Input-Output

Tabel 9. Nilai Koefisien Proteksi Efektif (EPC), Transfer Bersih (TB), Koefisien Keuntungan (PC), dan Rasio Subsidi bagi Produsen (SRP)

Uraian	TB	EPC	PC	SRP
TPI Tasikagung	-14516538,07	0,93	0,80	-0,06
PI Karanganyar	9112931,601	1,05	1,15	0,05

Sumber: Hasil Penelitian Perikanan, 2017

Nilai Koefisien Protektif Efektif (EPC) merupakan indikator dari dampak keseluruhan kebijakan input dan output terhadap sistem produksi suatu komoditas di dalam negeri. Berdasarkan Tabel 23, nilai EPC di masing-masing TPI, yaitu TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar adalah 0,93 dan 1,05. Nilai EPC kurang dari satu menunjukkan bahwa tidak adanya perlindungan atau proteksi

pemerintah terhadap pedagang. Hal ini menyebabkan pedagang tidak memiliki nilai tambah untuk produknya dan harga privat cenderung lebih kecil daripada harga sosialnya.

Transfer bersih (TB) menggambarkan dampak kebijakan pemerintah secara keseluruhan terhadap pedagang apakah merugikan atau menguntungkan. Transfer bersih ditunjukkan dengan selisih antara keuntungan privat dan keuntungan sosial atau selisih antara transfer output dengan transfer input. Nilai NT di kedua TPI, TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar bernilai, yakni Rp. -14.516.538,07,- dan Rp. 9.112.931,601,-. Jika Transfer Bersih bernilai negatif artinya, ada surplus produsen atau keuntungan pedagang yang hilang sebesar nilai transfer bersih, yakni Rp 14.516.538,07,- untuk pedagang karanganyar, sedangkan pedagang di TPI karanganyar ada surplus produsen atau keuntungan pedagang yang bertambah sebesar Rp. 9.112.931,601,-.

Koefisien Keuntungan (PC) adalah perbandingan keuntungan bersih privat dengan keuntungan sosial. kedua TPI, TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar bernilai, dari analisis PAM masing-masing adalah sebesar 0,8 dan 1,05. Artinya nilai 0,8 menunjukkan bahwa pedagang tidak mengalami kerugian yang besar, namun keuntungan yang diterima pedagang lebih rendah dari seharusnya. Artinya nilai 1,05 menunjukkan bahwa pedagang tidak mengalami keuntungan maksimal.

Nilai Rasio Subsidi bagi Produsen (SRP) merupakan indikator yang menunjukkan tingkat penambahan dan pengurangan penerimaan atas perusahaan suatu komoditas karena adanya kebijakan pemerintah. Berdasarkan Tabel 30, nilai SRP kedua TPI, TPI Tasikagung dan TPI Karanganyar bernilai, dari analisis PAM masing-masing adalah sebesar -0,06 dan 0,05 Nilai ini secara umum berarti kebijakan pemerintah terhadap input dan output merugikan pedagang, karena pedagang diharuskan membayar lebih tinggi dari biaya imbangannya (*opportunity cost*) untuk berproduksi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Analisis Daya Saing Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) :

a. Usaha Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*) di Kabupaten Rembang memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Rasio Biaya Privat (PCR) dan Rasio Biaya Sumberdaya Domestik (DRC) kurang dari satu (PCR, DRC < 1).

b. Kebijakan pemerintah yang dibuat untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan komparatif Kembung di Kabupaten Rembang tidak sepenuhnya menguntungkan pedagang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Koefisien Proteksi Input Nominal (NPCI) usaha dagang masih lebih kecil daripada satu (NPCI < 1)

2. Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Ikan Kembung (*Rastrelliger sp.*):

a. Saluran Pemasaran yang ada di TPI Taikagung dan TPI Karanganyar Adalah: saluran pemasaran pendek sehingga cukup efisien.

b. Margin pemasaran yang diperoleh setiap lembaga pada saluran pemasaran 1 adalah lebih besar daripada margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran 2

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kebijakan insentif pemberdayaan kelembagaan perikanan, seperti kelompok nelayan, koperasi dan kemitraan.
2. Lebih diberdayakan lagi pengelolaan kedua TPI, baik TPI Tasikagung maupun TPI Karanganyar.
3. Perlu adanya Pengawasan lebih lanjut dari Dinas terkait.
4. Pedagang sebaiknya memperbanyak modal, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Mahatama, Erizal dan Miftah Farid. 2013. Daya Saing dan Saluran Pemasaran Rumput Laut: Kasus Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. Pusat Pengkajian Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan, Kementerian Perdagangan-RI
- Rachmawati, Rina. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 4(5). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- Setiorini, Fajarwulan. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Mas di Kecamatan Pagelaran. Kabupaten Tanggamus. Provinsi Lampung. Skripsi Manajemen Bisnis dan Ekonomi Perikanan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan IPB. Bogor.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.