

ANALISIS RANTAI NILAI IKAN CAKALANG DI KOTA AMBON, MALUKU

Value Chain Analysis of Skipjack Tuna in Ambon, Maluku

*Estu Sri Luhur dan Risna Yusuf

Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan
Gedung Balitbang KP I Lt. 4
Jalan Pasir Putih Nomor 1 Ancol Timur, Jakarta Utara, Indonesia
Telp: (021) 64711583 Fax: 64700924

Diterima tanggal: 24 Agustus 2016 Diterima setelah perbaikan: 15 Februari 2017

Disetujui terbit: 6 Juni 2017

*email: s2luhur@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji rantai nilai komoditas ikan cakalang sehingga diperoleh besaran nilai tambah dan tingkat efisiensi pada setiap simpul rantai pasok. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dari instansi terkait dan pelaku usaha. Data dikumpulkan melalui wawancara kepada responden dengan teknik *purposive* dan *snowball sampling*. Data selanjutnya dianalisis dengan analisis nilai tambah, rantai pasok dan rantai nilai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran ikan cakalang memiliki tiga saluran distribusi yaitu: (1) dari nelayan ke pedagang pengumpul dan ke pedagang pengecer; (2) dari nelayan ke pedagang pengumpul kemudian ke pengolah ikan asar, dan; (3) dari nelayan ke UPI/*cold storage*. Analisis rantai pasok menunjukkan bahwa ikan cakalang sebagian besar (50%) didistribusikan ke UPI/*cold storage* dan sisanya dengan porsi yang sama (25%) didistribusikan ke pedagang pengecer dan pengolah ikan asar. Analisis rantai nilai menunjukkan bahwa nilai tambah terbesar dihasilkan pada saluran pemasaran kedua, yaitu sebesar Rp.23.062/kg. Simpul rantai pasok nelayan cenderung tidak efisien pada ketiga saluran pemasaran. Rekomendasi kebijakan yang diusulkan: (1) koordinasi dengan Bappeda dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan sebagai upaya pengembangan industrialisasi ikan cakalang; (2) melakukan introduksi dan penyebaran teknologi pengolahan ikan cakalang dari Balitbang KP dan perguruan tinggi setempat untuk meningkatkan nilai tambah produk, dan; (3) memperluas akses pasar dengan mengefisienkan sistem distribusi, baik melalui jalur laut maupun udara.

Kata Kunci: rantai nilai, cakalang, industrialisasi, nilai tambah, Ambon

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze value chain of skipjack to get a quantity value and a level of efficiency on each node supply chain. Research was conducted by using the primary and secondary data from various relevant agencies and businessmen. Data collection was conducted through interview to respondent with using purposive and snowball sampling technique. Data were analyzed with value-added, supply chain and value chain analysis. The result showed that there were three distribution channels of skipjack: (1) fisher's to broker and to retailers; (2) fisher's to broker and to fish processors, and; (3) fisher's to cold storage. Supply chain analysis showed that mostly of skipjack (50%) distributed to cold storage and the rest distributed to retailers (25%) and fish processors (25%). Value chain analysis showed in the second marketing channel has the the largest value added, that is as 23.062 IDR per kilograms. On the third marketing channel, fisherman tend has an inefficient supply chain. Therefore, there are some recommendations are: (1) doing coordination among Bappeda, industry and trade office as an effort of developing skipjack industrialization; (2) doing introduction and spread of processing technology of agency's research and development of marine affairs and fisheries and local university to increase value added products, and; (3) expanding market access both of air and sea routes for having efficient distribution system.

Keywords: value chain, skipjack, industrialization, value added, Ambon

PENDAHULUAN

Maluku merupakan salah satu provinsi di bagian Timur Indonesia dengan bentuk kepulauan yang dikelilingi oleh perairan laut yang luasnya mencapai 92,4% (658.294,69 km²) dari luas wilayah Maluku secara keseluruhan. Kondisi geografis ini membuat Maluku memiliki potensi produksi ikan tangkap sebesar 1,63 juta ton per tahun, sedangkan tingkat pemanfaatannya baru 21% atau sekitar 341,966 ton (Listriana, 2011). Ikan pelagis besar merupakan komoditas unggulan diperkirakan memiliki potensi sumberdaya sebesar 1.655,81 ton dengan nilai pemanfaatan maksimum lestari (MSY) sebesar 827,90 ton dan jumlah tangkapan yang diperbolehkan (JTB) sebesar 662,32 ton/tahun (Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Provinsi Maluku, 2012).

Ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) merupakan salah satu jenis ikan kelompok pelagis besar yang banyak ditemui di perairan Maluku. Hal ini ditunjukkan oleh data statistik Kota Ambon yang menempatkan ikan cakalang sebagai salah satu hasil tangkapan yang bernilai ekonomis tertinggi pada tahun 2012 (Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Ambon, 2012). Dari aspek pemasarannya, cakalang juga merupakan jenis sumberdaya perikanan terpenting karena menjadi komoditi ekspor dan bahan konsumsi dalam negeri (Manik, 2007). Cakalang di Kota Ambon tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk segar, tetapi juga diolah menjadi ikan asap (*smoked fish*) yang dikenal dengan nama ikan asar dengan pemasaran dalam lingkup Pulau Ambon dan pasar dalam negeri.

Kegiatan usaha pengolahan ikan asap ini terus didorong perkembangannya oleh instansi terkait karena sejalan dengan program industrialisasi yang dicanangkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan sejak tahun 2011. Program industrialisasi ini serupa dengan konsep agroindustri yang mampu mentransformasi produk primer (bahan mentah) menjadi produk olahan (Suryana, 2005). Menurut Hicks (1995), agroindustri memiliki ciri-ciri: (1) meningkatkan nilai tambah; (2) menghasilkan produk yang dapat dipasarkan atau digunakan atau dimakan; (3) meningkatkan daya simpan, dan; (4) meningkatkan pendapatan dan keuntungan produsen.

Keberlanjutan usaha pengolahan ikan asar ini sangat bergantung pada kontinuitas pasokan ikan cakalang sebagai bahan baku utama. Untuk itu, perlu kerjasama antara berbagai pihak yang

terkait dalam industri pengolahan ikan cakalang, baik pelaku usaha dan pemerintah dalam menjaga ketersediaan produksi hingga ke tangan pengolah ikan asar. Menurut Vermulen *et al.* (2008), analisis rantai nilai dilakukan untuk menilai semua kegiatan usaha dan pemangku kepentingan serta hubungannya dalam rantai pasok. Analisis rantai nilai ini bertujuan untuk mengatasi kendala inefisiensi seperti variabilitas, mengurangi kerentanan dan meningkatkan kapasitas untuk beradaptasi dengan perubahan. Dengan demikian, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji rantai nilai terhadap ikan cakalang guna mengetahui besaran efisiensi pada setiap simpul pasok dan juga mengetahui nilai tambah pada setiap saluran pemasaran. Hasil analisis ini selanjutnya akan digunakan sebagai rekomendasi kebijakan dalam meningkatkan upaya pengembangan industri pengolahan dan pemasaran hasil perikanan di Kota Ambon.

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Ambon dan Kabupaten Maluku Tengah pada bulan April-November 2013. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif dengan dasar pertimbangan penetapan PPN Ambon yang terletak di Kota Ambon sebagai salah satu kawasan percontohan industrialisasi perikanan dan penetapan Kota Ambon sebagai lumbung ikan nasional.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan 4 instansi terkait (PPN Ambon, PPI Erie, Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Ambon, serta Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Maluku), 11 orang nelayan dengan hasil tangkapan ikan cakalang, 13 orang pedagang/pemasar, 7 orang pengolah ikan asar, dan 5 unit pengolahan ikan (*cold storage*). Jumlah contoh/responden nelayan yang diambil berdasarkan pada jenis ikan yang ditangkap dan alat tangkap yang digunakan pada lokasi penelitian. Basis penggunaan responden pedagang dan pengolah adalah menggunakan teknik *snow ball sampling*, yaitu satu responden kunci (nelayan) memberikan informasi tentang responden kunci lain (pedagang dan pengolah ikan asar) dalam satu jalur rantai pasok (*supply chain*). Pedagang yang dijadikan responden adalah *jibu-jibu* yang beroperasi di PPI

Erie dan pedagang di Pasar Arumbai. Jumlah UPI/*cold storage* yang diambil berdasarkan *cold storage* yang dituju oleh nelayan cakalang yang terletak di lokasi penelitian.

Informasi yang dihimpun dari instansi terkait meliputi kondisi eksisting penangkapan ikan cakalang, distribusi pemasaran bahan baku, pelaksanaan program industrialisasi berbasis perikanan tangkap laut, serta pembinaan dan pengembangan usaha pengolahan ikan asar. Informasi dari pelaku utama (nelayan, pengolah, pedagang dan UPI/*cold storage*) meliputi kegiatan usaha setiap pelaku, rantai pasok dan nilai yang terbentuk, nilai tambah yang dihasilkan, lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dan hubungan antar-lembaga pemasaran yang terbentuk.

Data sekunder dikumpulkan dari Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Ambon maupun Provinsi Maluku, PPN Ambon, PPI Erie, BPS Kota Ambon dan Bappeda Kota Ambon. Data meliputi jumlah produksi, harga, jumlah armada, jumlah nelayan, alat tangkap yang digunakan, volume perdagangan dan pasar tujuan perdagangan ikan cakalang.

Metoda Analisis

Metode analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan memaparkan hasil analisis yang diperoleh. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penghitungan nilai tambah, biaya produksi, harga jual dan besaran efisiensi di setiap simpul pada mata rantai nilai. Definisi operasional dan formulasi penghitungan untuk variabel nilai tambah dan efisiensi yang digunakan adalah sebagai berikut.

Nilai Tambah (*Value Added*)

Menurut Tarigan (2007), nilai tambah suatu produk merupakan hasil dari nilai produk akhir dikurangi dengan biaya antara yang terdiri dari biaya bahan baku dan bahan pendukung. Nilai tambah adalah nilai yang ditambahkan pada barang dan jasa yang dipakai oleh unit produksi dalam proses produksi sebagai biaya antara. Dengan demikian, makin besar nilai komponen biaya antara yang digunakan maka nilai tambah produk tersebut makin kecil (Mangifera, 2015).

Dasar penghitungan yang digunakan pada penelitian ini adalah Rp/kg bahan baku

seperti metode penghitungan nilai tambah yang digunakan oleh Hayami (1987). Secara fungsional, nilai tambah (NT) tersebut dapat diformulasi sebagai berikut:

$$NT = f(K, B, T, H, U, h, L)$$

dimana K adalah kapasitas produksi; B adalah jumlah bahan baku yang digunakan (kg); T adalah jumlah tenaga kerja yang diperlukan (orang); H adalah harga output (Rp/kg); U adalah upah kerja (Rp); h adalah harga bahan baku (Rp/kg); dan L adalah nilai input lain (Rp/kg)

Analisis biaya produksi digunakan sebagai pendekatan seperti yang dipakai oleh Purwaningsih (2013). Keuntungan per unit industri adalah selisih antara penerimaan (jumlah produksi x harga produk) dengan biaya-biaya pada rantai pemasaran meliputi biaya investasi, biaya operasional (bahan baku dan tenaga kerja), dan biaya *overhead*. Komponen pada biaya berbeda untuk usaha penangkapan, pendistribusian, penyimpanan, dan pengolahan.

Kinerja Rantai Nilai

Salah satu indikator untuk menilai kinerja rantai nilai adalah dengan mengukur efisiensi pemasaran. Ciri khusus dari produk pertanian (termasuk di dalamnya perikanan) adalah usaha yang memiliki resiko kegagalan yang tinggi sehingga upaya untuk meningkatkan bagian nelayan terhadap harga jual menjadi sesuatu yang mutlak dilakukan. Selain faktor penawaran dan permintaan, harga di tingkat nelayan sangat dipengaruhi oleh efisiensi saluran pemasaran. Rendahnya harga di tingkat nelayan seringkali disebabkan oleh buruknya sistem transportasi sehingga bagian harga yang seharusnya diterima petani digunakan untuk biaya transportasi (Rofaida, 2012).

Farmer's share (FS) merupakan salah satu pendekatan untuk mengukur seberapa besar pelaku usaha memperoleh bagian dari harga di tingkat konsumen. Dalam penelitian ini FS mengukur seberapa besar peternak memperoleh bagian dari harga di tingkat konsumen. Formulasi dari FS adalah dengan membandingkan harga di tingkat peternak dengan harga di tingkat konsumen (Azzaino, 1991):

$$FS = (\text{harga di tingkat nelayan} \div \text{harga di tingkat konsumen}) \times 100\%$$

Dengan asumsi bahwa produsen merupakan pihak yang memiliki resiko usaha tertinggi, maka semakin besar proporsi harga yang diterima petani maka semakin adil sistem pemasaran. Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran terjadi jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pihak yang terlibat dalam pemasaran. Suatu pemasaran dikatakan efisien jika *farmer's share* lebih besar dari margin pemasaran (Azzaino, 1991).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi Perikanan Kota Ambon

Kegiatan perikanan di Kota Ambon didominasi oleh kegiatan penangkapan laut karena wilayahnya yang dikelilingi oleh laut lepas dan teluk. Posisi geografis ini menguntungkan bagi nelayan karena sepanjang tahun dapat melakukan penangkapan dengan berpindah lokasi ke laut lepas (Laut Banda) saat musim angin Barat dan berpindah ke laut dalam (Teluk Ambon) saat musim angin timur. Pada tahun 2012, jumlah armada dan alat tangkap di Kota Ambon masing-masing berjumlah 1.346 dan 3.682 unit. Kegiatan penangkapan sebagian besar didominasi oleh jukung sebesar 64%, perahu motor tempel (32%), perahu papan (3%) dan kapal motor (1%). Kondisi ini disebabkan oleh karena nelayan lokal Kota Ambon masih banyak yang menggunakan perahu berukuran kecil (77%), sedangkan kapal-kapal besar didominasi oleh kapal eks asing milik *cold storage* yang beroperasi di kawasan PPN Tantai Ambon (PPN Ambon, 2012).

Jenis alat tangkap yang digunakan oleh sebagian besar nelayan antara lain jaring angkat, jaring insang, pancing tonda, huhate (*pole and line*) dan pukat cincin (BPS Kota Ambon, 2012). Berdasarkan dominasi penggunaan, alat tangkap yang paling banyak digunakan adalah jala, bubu, serok, bagan dan lainnya (65%), jaring angkat (14%), jaring insang (10%), dan pancing tonda (8%). Jenis ikan yang ditangkap antara lain ikan cakalang, kembung, julung, tongkol, layang, selar dan ikan lainnya. Dari jenis ikan tersebut, ikan layang menjadi ikan yang besar volume pemasarannya yaitu sebesar 57%, tongkol 13% dan ikan cakalang sebanyak 12% (BPS Kota Ambon, 2012).

Pada tahun 2012, volume produksi perikanan tangkap laut Kota Ambon adalah sebanyak 31.785 ton dengan nilai produksi sebesar Rp.173.202.315.000. Produksi tersebut disumbang oleh ikan pelagis kecil, pelagis besar, dan ikan demersal. Berdasarkan wilayah ekologis, volume produksi disumbang besar oleh ikan pelagis kecil yaitu ikan layang sebanyak 10.412,42 ton dengan nilai Rp.41,6 miliar dan ikan selar sebanyak 789,97 ton dengan nilai produksi sebesar Rp.3.949.850.000. Untuk ikan pelagis besar, volume dan nilai produksi terbesar disumbang oleh ikan tongkol yang masing-masing sebesar 10.059,59 ton dan Rp.30.178.770, ikan cakalang dengan volume produksi 6.452,05 ton senilai Rp.48.390.375.000, dan ikan tuna sebanyak 2.106,78 ton dengan nilai produksi Rp.42.135.600.000.

Tabel 1. Jumlah dan Nilai Produksi Menurut Jenis Ikan di Kota Ambon, 2012.

Table 1. Production Volume and Value by Species in Ambon, 2012.

Jenis Ikan <i>Fish Species</i>	Jumlah (Ton) <i>Volume (Ton)</i>	Harga (Rp/Kg) <i>Price (Rp/Kg)</i>	Nilai (000 Rp) <i>Value (000000 Rp)</i>
Cakalang/Skipjack Tuna	6,452 (20%)	7,500	48,390 (28%)
Tuna/Tuna	2,107 (7%)	20,000	42,136 (24%)
Kembung/Rastrelligers	952 (3%)	3,500	3,330 (2%)
Tongkol/Scombridae	10,060 (32%)	3,000	30,178 (18%)
Layang/Scad	10,412 (33%)	4,000	41,650 (24%)
Selar/Trevailles	790 (2%)	5,000	3,950 (2%)
Lalosi/Lalosi	412 (1%)	3,000	1,237 (1%)
Teri/Anchovy	35 (0,1%)	2,000	71 (0%)
Lainnya/ Others	565 (2%)	4,000	2,260 (1%)
Jumlah/Total	31,785 (100%)		173,202 (100%)

Sumber: BPS Kota Ambon/ Source: Statistics-BPS Ambon Regional Office, 2012

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari aspek volume produksi maka ikan layang dan tongkol menjadi komoditas utama di Kota Ambon, tetapi jika dilihat dari nilai produksi maka ikan cakalang dan tuna yang memberikan sumbangan terbesar. Hal ini disebabkan oleh karena tingkat harga ikan pelagis kecil cenderung rendah dibandingkan dengan harga ikan cakalang dan tuna yang mencapai 2-5 kali lipat lebih tinggi. Faktor inilah yang membuat ikan tuna dan cakalang menjadi komoditas utama perikanan Kota Ambon. Pemasaran ikan tuna dan cakalang juga lebih luas karena menjadi komoditi ekspor ke negara tujuan Amerika Serikat dan juga ke pasar regional seperti Jakarta dan Surabaya. Sementara ikan layang dan selar dipasarkan di pasar lingkup Pulau Ambon saja.

Sementara itu, kegiatan pengolahan adalah mengolah ikan cakalang menjadi produk ikan asap (*smoked fish*) yang dikenal dengan nama ikan asar karena pengolah asal Ambon menyatakan bahwa ikan asarnya tidak sama dengan ikan asap daerah lain yang berbeda dalam proses pengolahannya. Umumnya penjualan ikan asar yang tersebar di beberapa tempat, namun terbesar terdapat di desa Hative Kecil 40-90% dan Desa Passo dan Desa Poka 15,15% (Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kota Ambon, 2012).

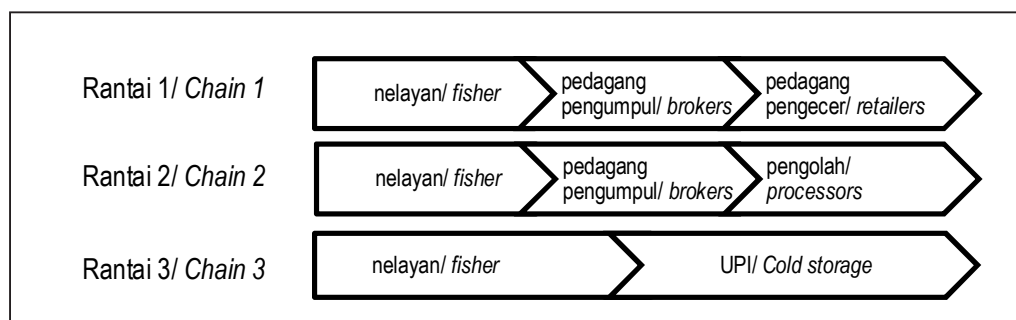
Mata Rantai Pemasaran Ikan Cakalang

Nelayan dengan hasil tangkapan ikan cakalang adalah nelayan yang menggunakan alat tangkap *pole and line* (huhate) dan *purse seine*. Ikan cakalang merupakan jenis komoditas yang menjadi target utama nelayan *pole and line*. Nelayan *pole and line* biasanya berada di laut antara lima hingga tujuh hari dalam sekali trip pada musim panen, sedangkan pada musim paceklik nelayan hanya dapat melakukan trip sebanyak tiga hingga empat kali dalam waktu satu bulan. Kapal yang digunakan

oleh nelayan *pole and line* biasanya memiliki ukuran 28-30 GT.

Nelayan ikan cakalang biasanya menjual ikan hasil tangkapannya ke pedagang pengumpul yang berasal dari berbagai macam daerah di Pulau Ambon seperti Latuhalat, Tulehu dan Way. Pedagang-pedagang pengumpul ini sering disebut sebagai *jibu-jibu*. Harga yang digunakan saat transaksi pedagang pengumpul dan nelayan ditentukan oleh pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul menentukan harga berdasarkan harga ikan hasil tangkapan hari sebelumnya dan dibandingkan dengan jumlah hasil tangkapan hari transaksi. Jika hasil tangkapan banyak, harga akan turun. Sebaliknya, jika hasil tangkapan sedikit, harga ikan akan naik. Selain menjual ke pedagang eceran, biasanya pedagang pengumpul menjual ke pengolah ikan tradisional, misalnya pengolah ikan asar yang berada di Galala. Harga yang digunakan saat transaksi pedagang pengumpul dan pengolah biasanya sama seperti harga yang ditentukan pedagang pengumpul ke pedagang eceran. Akan tetapi, biasanya para pengolah tradisional sudah memiliki langganan *jibu-jibu* yang bertindak sebagai *supplier* bahan baku untuk produk olahannya. Akan tetapi, ikan cakalang hasil tangkapan nelayan kebanyakan dijual ke UPI (*cold storage*) untuk diekspor ke beberapa daerah di dalam negeri seperti Jakarta dan Surabaya serta beberapa negara seperti Jepang dan Amerika.

Sistem rantai pemasaran pada komoditas ikan cakalang di PPI Erie Ambon terdapat tiga rantai. Rantai pertama adalah pemasaran dari nelayan ke pedagang pengumpul lalu ke pedagang pengecer. Rantai pemasaran kedua dari nelayan ke pedagang pengumpul lalu ke pengolah tradisional. Rantai pemasaran ketiga menunjukkan aliran distribusi dari nelayan ke UPI/ *cold storage*. Ketiga rantai tersebut disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Rantai Pemasaran Ikan Cakalang di Kota Ambon, 2013
Figure 1. Skipjack Tuna Marketing Chain in Ambon, 2013

Gambar 1 menunjukkan rantai pemasaran ikan cakalang yang dapat ditelusuri melalui tiga saluran distribusi. Nelayan yang menangkap ikan cakalang merupakan nelayan dengan alat tangkap *purse seine*. Nelayan tersebut melaut dengan prinsip *one day fishing* atau melakukan trip sekali dalam satu hari. Nelayan tersebut berangkat melaut pukul 18.00 WIT dan pulang ke daratan sekitar pukul 06.00 WIT. Nelayan yang membawa pulang ikan cakalang sebagai hasil tangkapannya tersebut telah ditunggu oleh pedagang pengumpul di PPI Erie untuk kemudianditempatkan dalam wadah loyang berukuran 30-40 kg ikan cakalang pada setiap loyangnya. Ikan cakalang yang sudah dibeli oleh pedagang pengumpul kemudian dibawa ke Pasar Arumbai untuk dilelang ke pedagang pengecer lalu dari pedagang pengecer tersebut ikan cakalang dipasarkan kepada konsumen. Seperti inilah rantai pertama pemasaran ikan cakalang terjadi.

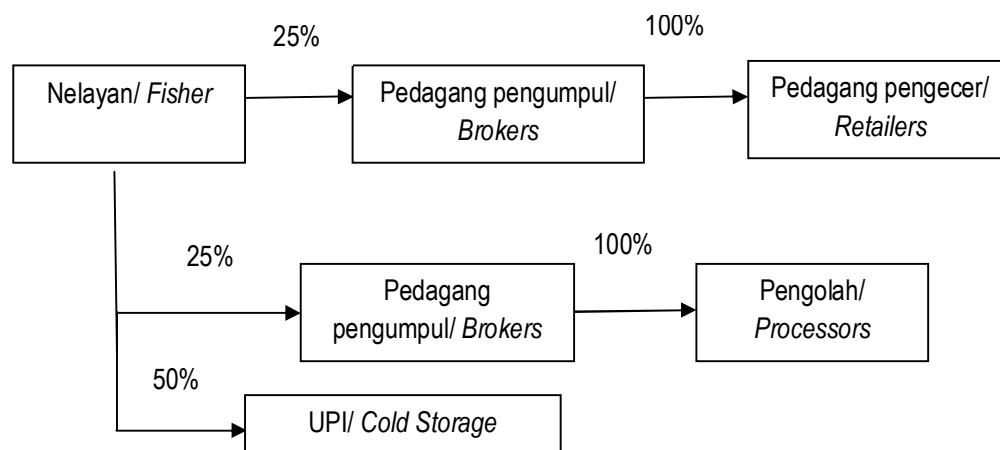
Pada rantai yang kedua pedagang pengumpul membeli ikan dari nelayan kemudian menjualnya ke pengolah tradisional untuk diolah menjadi ikan asar dan dipasarkan kepada konsumen. Pengolah tradisional membeli ikan dari pedagang pengumpul yang biasanya telah menjadi langganannya sejak lama karena adanya ikatan diantara mereka berdua. Ikatan yang terjadi biasanya diakibatkan masalah utang piutang ataupun masalah kepercayaan yang telah terjalin sejak lama.

Analisis Rantai Pasok (Supply Chain Analysis)

Berdasarkan aliran distribusi ikan cakalang pada Gambar 1 maka rantai pasok ikan cakalang dapat disusun seperti pada Gambar 2 berikut.

Berdasarkan simpul rantai pasok 1 dan 2, nelayan menjual ikan hasil tangkapannya ke pedagang pengumpul masing-masing sebesar 25%, sedangkan pada saluran 3 nelayan menjual ikan cakalang ke UPI (*cold storage*) sebanyak 50%. Pedagang pengumpul atau *jibu-jibu* menjual ikan cakalang dengan kualitas baik ke pedagang pengecer yang berada di luar kota seperti Jakarta dan Surabaya, sedangkan yang kualitas rendah dijual kepada pedagang pengecer yang berjualan di Pasar Arumbai. Sistem penjualan yang dilakukan pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer menggunakan sistem lelang dimana pedagang pengumpul yang bertindak sebagai *price maker*. Pedagang pengecer tidak dapat membeli ikan cakalang langsung dari nelayan dikarenakan keterbatasan modal. Pedagang pengecer hanya dapat membeli ikan cakalang dari pedagang pengumpul dengan sistem lelang. Kondisi ini disebabkan karena pedagang pengecer dapat membayar di kemudian hari apabila membeli di pedagang pengumpul, sedangkan jika membeli langsung ke nelayan meskipun harganya lebih rendah. Hal inilah yang membuat harga ikan cakalang tergolong tinggi di pasaran karena harga ditentukan oleh pedagang pengumpul.

Pedagang pengumpul yang menjual ikan hasil tangkapannya ke pedagang pengecer biasanya juga mensuplai ikan cakalang kepada para pengolah tradisional produk ikan asap. Pengolah tradisional biasanya telah memiliki langganan *jibu-jibu* karena adanya ikatan ekonomi yang terkait masalah utang piutang dan ikatan yang terkait kepercayaan yang telah terjalin sejak lama. Ikan cakalang yang telah diolah dijual dengan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan ikan cakalang yang belum



Gambar 2. Sistem Rantai Pasok Ikan Cakalang di Kota Ambon, 2013
Figure 2. Skipjack Tuna Supply Chain System in Ambon, 2013

diolah. Selain dikonsumsi oleh penduduk lokal, ikan cakalang asap biasanya juga dijual kepada wisatawan domestik dan mancanegara.

Selain menjual ikan cakalang ke pedagang pengumpul nelayan juga menjual ikan cakalang hasil tangkapannya ke UPI (*cold storage*) untuk diolah menjadi produk beku. Ikan cakalang yang langsung dijual ke *cold storage* banyak didaratkan di PPN Ambon. Harga ikan cakalang yang dijual oleh nelayan ke UPI (*cold storage*) lebih tinggi jika dibandingkan dengan harga ikan cakalang yang dijual nelayan ke pedagang pengumpul. Ikan cakalang tersebut kemudian diekspor sebagian ke berbagai daerah di Indonesia seperti Jakarta dan Surabaya, akan tetapi ada juga yang diekspor ke luar negeri seperti ke Jepang dan Amerika.

Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*)

Industri perikanan tangkap dan industri pengolahan ikan menjadi inti dari kluster industri perikanan karena pada kedua jenis industri tersebut terjadi aliran material (ikan) dan proses

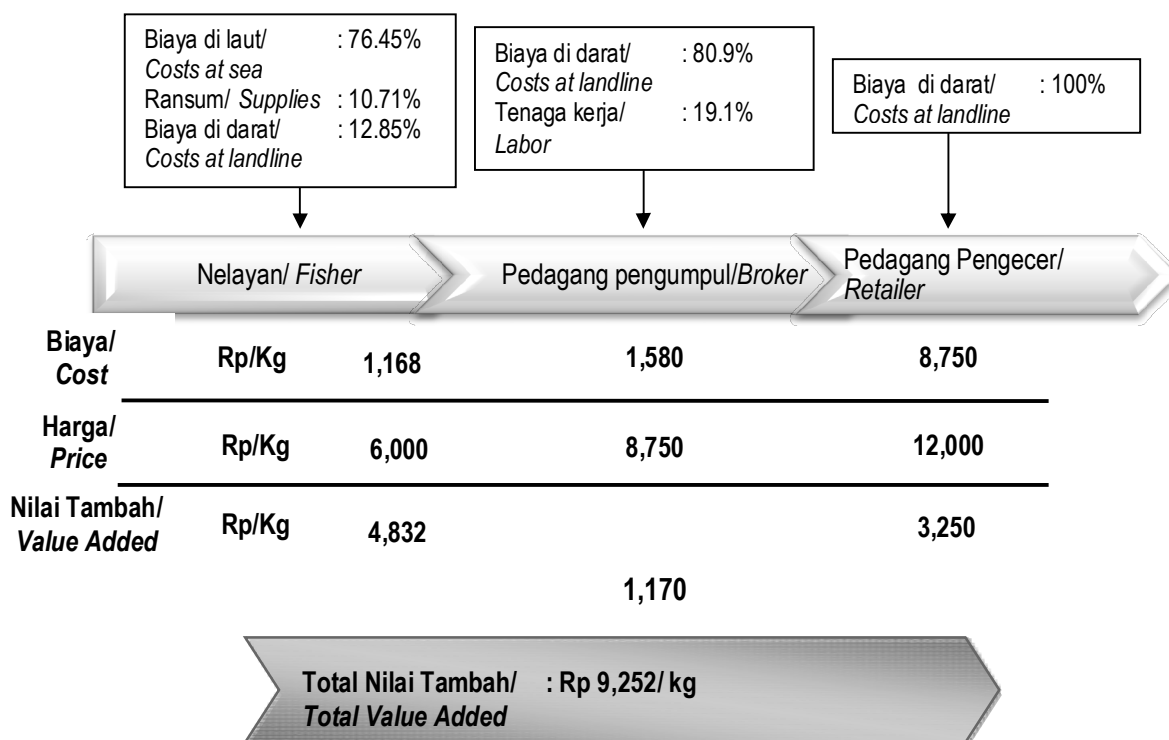
pertambahan nilai. Di samping itu, keduanya juga menyerap tenaga kerja terbesar pada sektor perikanan (Purwaningsih, 2015). Istilah *value-chain industrial cluster* didefinisikan oleh Brown (2000) sebagai kluster industri yang memiliki keterkaitan input-output atau *buyer-supplier* sebagai suatu mata rantai.

Analisis rantai nilai ikan cakalang di Kota Ambon dilakukan pada setiap saluran pemasaran yang terbentuk berikut ini.

Gambar 3 menunjukkan *Value Chain Analysis* (VA) komoditas ikan cakalang dengan simpul dari nelayan ke pedagang pengecer. Nelayan ikan cakalang menghabiskan biaya operasional di laut yang meliputi pembelian bahan bakar dan ransum sebesar 76,45%. Biaya ini lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan nelayan untuk keperluan ransum yang hanya 10,71% dan biaya untuk operasional di darat yang sebesar 12,85%. Kemudian nelayan tersebut menjual ikan cakalang ke pedagang pengumpul dalam bentuk loyang yang berisi sekitar

1. Saluran 1 : Nelayan-Pedagang Pengumpul-Pedagang Pengecer/

Channel 1: Fisher-Wholesalers-Retailers-Retailers



Gambar 3. Analisis Rantai Nilai Ikan Cakalang dari Nelayan ke Pedagang Pengecer di Kota Ambon, 2013.

Figure 3. Value Chain Analysis of Skipjack Tuna from Fisher to Retailers in Ambon, 2013.

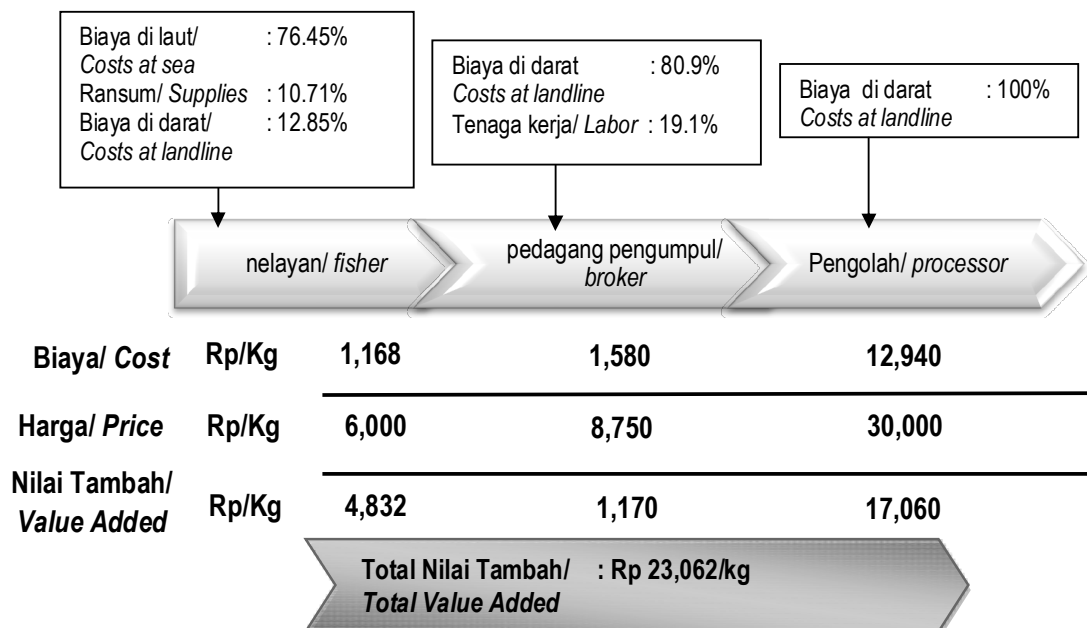
30-40 kg ikan cakalang dengan harga Rp.6.000,- per kg. Pedagang pengumpul menggunakan biaya operasional di darat untuk transportasi dan pengemasan sebesar 80,9%, sedangkan untuk tenaga kerja sebesar 19,1%. Pedagang pengumpul menjual ikan hasil tangkapannya ke pedagang pengecer dengan sistem lelang, akan tetapi pedagang pengumpul biasanya membuka harga lelang dengan harga sebesar Rp.8.750 per kg ikan cakalang.

Pedagang pengecer menggunakan biaya operasionalnya semua untuk keperluan operasional di darat. Pedagang pengecer menjual ikan hasil tangkapannya ke konsumen dengan harga Rp.12.000 per kg. Total *value added* yang dihasilkan pada rantai ini adalah sebesar Rp.8.796 per kg. Besarnya *value added* ini dihasilkan dari nelayan dengan *value added* Rp.4.832 per kg, pedagang pengumpul Rp.1.170 dan pedagang pengecer menghasilkan *value added* sebesar Rp.3.250 per kg. Tampak bahwa *value added* yang didapatkan oleh pedagang pengecer lebih besar jika dibandingkan dengan *value added* yang didapat oleh pedagang pengumpul. Hal ini diakibatkan besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer tidak sebesar biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul untuk distribusi ikan ke pasar

dan juga sistem lelang yang membuat makin lama dengan stok ikan yang masih banyak, sedangkan waktu sudah menjelang sore mengakibatkan harga ikan akan makin menurun.

Gambar 4 menunjukkan *Value Chain Analysis* (VA) komoditas ikan cakalang dengan simpul dari nelayan ke pengolah. Pedagang pengumpul selain menjual ikan cakalang ke pedagang pengecer, pedagang pengumpul tersebut juga menjual ikan cakalang ke pengolah tradisional untuk diolah menjadi ikan asar. Biaya operasional yang dikeluarkan oleh nelayan dan pedagang pengumpul pada simpul rantai ini sama dengan biaya operasional yang dikeluarkan pada rantai pertama sedangkan pengolah tradisional menghabiskan seluruh biaya operasionalnya di darat. Pengolah tradisional membeli ikan cakalang dari pedagang pengumpul dengan harga Rp.8.750,- per kg. Setelah diolah menjadi ikan cakalang asap, pengolah tradisional menjual produk tersebut ke konsumen dengan harga Rp.30.000,- per kg. Konsumen ikan cakalang asar berasal dari daerah sekitar Ambon ataupun wisatawan yang datang ke Pulau Ambon. Total *value added* yang dihasilkan pada simpul ini adalah sebesar Rp. 23.062,- per kg.

2. Saluran 2 : Nelayan-Pedagang Pengumpul-Pengolah Tradisional/ Channel 2: Fisher-Traditional Trader-gatherer Traders



Gambar 4. Analisis Rantai Nilai Ikan Cakalang dari Nelayan ke Pengolah di Kota Ambon, 2013
Figure 4. Value Chain Analysis of Skipjack Tuna from Fisherto Processors in Ambon, 2013

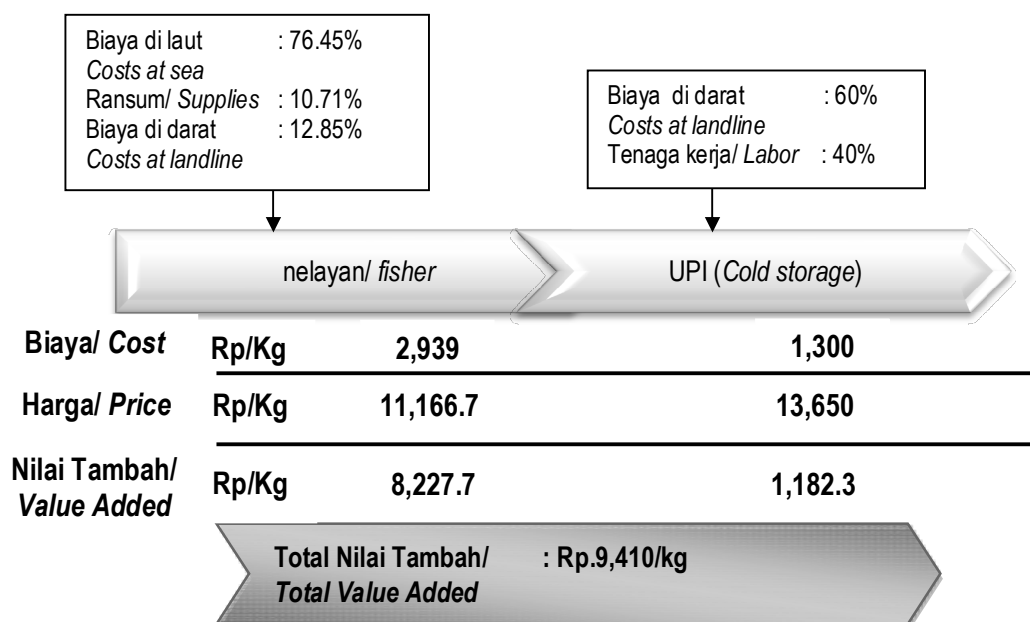
Berdasarkan nilai tambah yang dihasilkan, saluran pemasaran kedua ini menunjukkan besarnya total nilai tambah tertinggi dibandingkan dua saluran pemasaran lainnya. Hal ini disebabkan oleh karena adanya kegiatan pengolahan ikan kakalang menjadi ikan asar dengan cara tradisional mampu menghasilkan nilai tambah yang besar. Besarnya nilai tambah yang dihasilkan tersebut secara signifikan akan memperbesar keuntungan pemasaran yang akan diperoleh pengolah. Hal ini telah dibuktikan secara empiris oleh Nurhayati (2004) yang mengukur nilai tambah sembilan jenis produk olahan perikanan pada industri perikanan tradisional di DKI Jakarta. Hasil penelitian membuktikan bahwa urutan besarnya nilai tambah dari yang terbesar hingga terkecil pada kesembilan jenis olahan produk perikanan sejalan dengan urutan besarnya nilai keuntungan perusahaan (KP).

Gambar 5 menunjukkan *Value Chain Analysis* (VA) komoditas ikan kakalang pada simpul rantai yang ketiga yaitu dari nelayan ke UPI (*Cold Storage*). Selain menjual ikan kakalang hasil tangkapannya ke pedagang pengumpul, nelayan banyak menjual ikan kakalang hasil tangkapannya ke UPI (*Cold Storage*) untuk diolah menjadi produk beku dan dipasarkan ke beberapa daerah di dalam negeri dan luar negeri. Nelayan menjual ikan kakalang hasil tangkapannya ke UPI (*Cold Storage*)

di sekitar PPN Ambon dan PPI Erie. Nelayan menjual ikan kakalang ke UPI dengan harga yang lebih mahal, yaitu Rp.11.167,- per kg. Nelayan ikan kakalang menghabiskan biaya operasional mereka paling banyak untuk biaya operasional di laut sebesar 76,45% seperti untuk kebutuhan bahan bakar, sementara untuk keperluan ransum dan operasional di darat nelayan ikan kakalang menghabiskan biaya operasional masing-masing 10,71% dan 12,85%.

UPI membeli ikan kakalang dari nelayan dan mengolah ikan kakalang tersebut menjadi produk kakalang beku. UPI kemudian menjual produk kakalang beku tersebut ke berbagai daerah baik dalam negeri seperti Jakarta dan Surabaya serta luar negeri seperti Jepang dan Amerika. UPI menghabiskan biaya operasional di darat sebesar 60% sedangkan untuk biaya tenaga kerja sebesar 40%. *Total value added* yang dihasilkan pada rantai simpul ini adalah sebesar Rp.8.877,7,- per kg. Jumlah tersebut terdiri dari *value added* nelayan sebesar Rp.8.227,7,- dan *value added* UPI (*cold storage*) sebesar Rp. 650,- per kg. Hasil penghitungan menunjukkan *value added* nelayan lebih besar jika dibandingkan dengan *value added* UPI (*cold storage*). Hal ini disebabkan karena UPI mengeluarkan modal yang lebih besar jika dibandingkan dengan nelayan ikan kakalang.

3. Saluran 3 : Nelayan - UPI (*Cold Storage*)



Gambar 5. Analisis Rantai Nilai Ikan Kakalang dari Nelayan ke UPI di Kota Ambon, 2013
Figure 5. Value Chain Analysis of Skipjack Tuna from Fishers to Cold Storage in Ambon, 2013

Efisiensi Pemasaran Rantai Nilai Ikan Cakalang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis rantai pemasaran ikan cakalang di Kota Ambon. Ketiga saluran pemasaran tersebut beserta harga yang terdapat pada setiap pelaku usaha digambarkan pada Gambar 6.

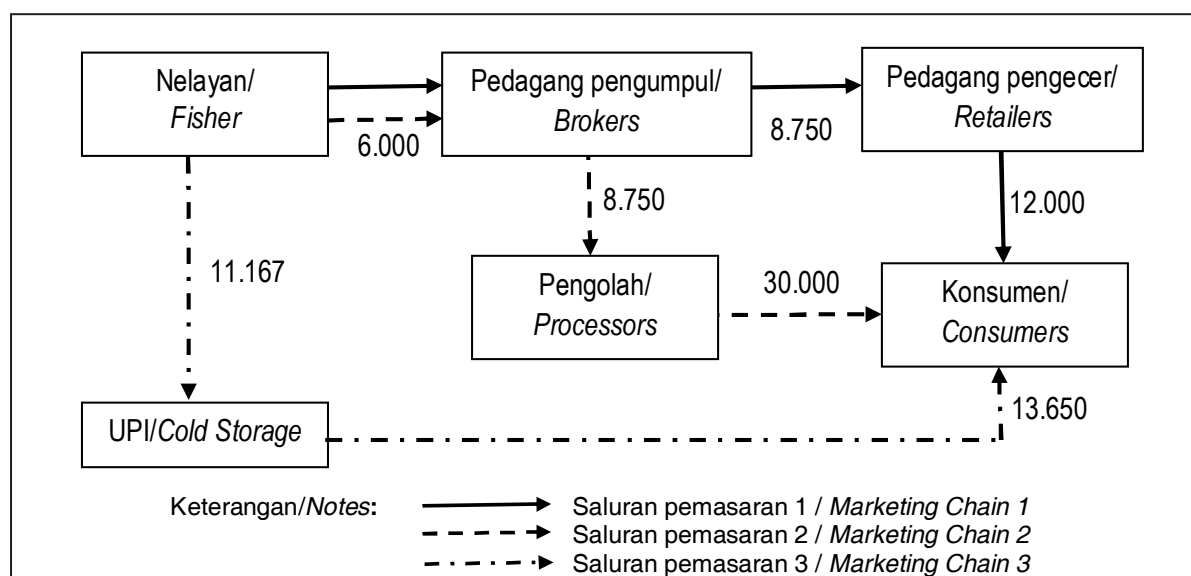
Berdasarkan Gambar 6 tersebut, tipe rantai nilai diasosiasikan dengan tiga saluran pemasaran tersebut. Penghitungan dan kriteria efisiensi untuk setiap saluran pemasaran dengan menggunakan *Farmer's Share* (FS) dapat dilihat pada Tabel 2.

Saluran pemasaran yang efisien ditunjukkan oleh rantai 3 karena nilai FS lebih besar dari margin pemasarannya (MP) dengan proporsi margin pemasaran sepenuhnya untuk UPI/ *cold storage*. Sedikitnya pihak yang terlibat membuat biaya transportasi dapat dikurangi sehingga margin untuk *cold storage* dan nilai FS memiliki nilai tertinggi dibandingkan rantai pemasaran lainnya. Hal ini sebenarnya merupakan keuntungan karena manfaatnya dirasakan oleh konsumen dan pengolah dalam bentuk tersedianya fasilitas penyimpanan ikan sehingga ketersediaan ikan, baik untuk konsumsi maupun bahan baku, terjamin.

Rantai 3 ini merupakan saluran pemasaran terpendek dibandingkan dengan dua rantai yang lainnya karena hanya melibatkan dua pihak, yaitu

nelayan dan *cold storage*. Sebaliknya, rantai pemasaran 2 yang paling banyak melibatkan pelaku usaha menjadi saluran pemasaran yang tidak efisien karena nilai $FS < MP$. Margin pemasaran terlalu besar untuk pengolah ikan asar dan memiliki nilai FS terendah jika dibandingkan rantai pemasaran lainnya. Besarnya margin untuk pengolah disebabkan oleh karena adanya proses pengolah sehingga nilai tambah ikan cakalang meningkat.

Hasil yang sama juga ditunjukkan dalam penelitian Furqon (2014) yang mengkaji kinerja rantai pasok stroberi di Kabupaten Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pasokan produk stroberi di kawasan selatan Kabupaten Bandung sudah tidak efisien karena besarnya margin di antara pelaku dalam rantai pasok tersebut. Namun demikian, kondisi ini bisa dihindari oleh petani stroberi dengan memilih saluran pemasaran yang langsung menjual ke konsumen. Hal ini dimungkinkan karena stroberi merupakan salah satu produk pariwisata di wilayah Kabupaten Bandung. Berbeda dengan kasus rantai pasok ikan cakalang di Ambon dimana nelayan tidak leluasa untuk menjual langsung ikan cakalang ke konsumen atau pengolah. Kuatnya ikatan antara pedagang antara (pengumpul) dengan nelayan dan pengolah menjadi faktor utama karena hubungan *patron-client* yang terjalin telah berlangsung sejak lama.



Gambar 6. Saluran Pemasaran dan Harga Ikan Cakalang di Kota Ambon, 2013

Figure 6. Marketing Channel and Skipjack Tuna Price in Ambon, 2013

Sumber: Data primer, 2013 (diolah) / Source: Primary data, 2013 (processed)

Tabel 2. Efisiensi Rantai Nilai Ikan Cakalang di Kota Ambon, 2013.**Table 2. Value Chain Efficiency of Skipjack Tuna in Ambon, 2013.**

Rantai 1/ Chain 1	
Uraian/Description	Keterangan/Notes
Harga nelayan/ <i>Fisher prices</i>	6,000
Harga konsumen/ <i>Consumer prices</i>	12,000
Marjin pemasaran (MP)/ <i>Marketing margin</i>	6,000
% marjin pemasaran terhadap harga jual/ % <i>marketing margin over the sales price</i>	50%
% untuk pedagang pengumpul/ % <i>margin for brokers</i>	45.8%
% untuk pedagang pengecer/ % <i>margin for retailers</i>	54.2%
<i>Farmer's share</i> (FS)	50%
Kriteria efisiensi / <i>Criteria of efficiency</i>	Netral karena FS=MP
Rantai 2/ Chain 2	
Uraian/Description	Keterangan/Notes
Harga nelayan/ <i>Fisher prices</i>	6,000
Harga konsumen/ <i>Consumer prices</i>	30,000
Marjin pemasaran (MP)/ <i>Marketing margin</i>	24,000
% marjin pemasaran terhadap harga jual/ % <i>marketing margin over the sales price</i>	80%
Uraian/Description	Keterangan/Notes
% untuk pedagang pengumpul/% <i>margin for brokers</i>	11.5%
% untuk pengolah/% <i>margin for fish processors</i>	88.5%
<i>Farmer's share</i> (FS)	20%
Kriteria efisiensi/ <i>Criteria of efficiency</i>	Tidak efisien karena FS < MP
Rantai 3 / Chain 3	
Uraian/Description	Keterangan/Notes
Harga nelayan/ <i>Fisher prices</i>	11,167
Harga konsumen/ <i>Consumer prices</i>	13,650
Marjin pemasaran (MP)/ <i>Marketing margin</i>	2,483
% marjin pemasaran terhadap harga jual/ % <i>marketing margin over the sales price</i>	18%
% untuk UPI/ <i>cold storage</i> /% <i>margin for UPI/cold storage</i>	100%
<i>Farmer's share</i> (FS)	82%
Kriteria efisiensi/ <i>Criteria of efficiency</i>	Efisien karena FS>MP

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah)/ Source: Primary Data, 2013 (Processed)

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Cakalang merupakan komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomi tinggi di Kota Ambon. Ikan cakalang didistribusikan di pasar domestik dan luar negeri dalam bentuk segar dan beku. Selain dikonsumsi segar, cakalang diolah menjadi ikan asap (*smoked fish*) dengan distribusi pasar lokal dan regional.

Rantai pemasaran ikan cakalang diidentifikasi terdiri dari tiga saluran, yaitu a) saluran dari nelayan - pedagang pengumpul → pedagang pengecer; b) saluran dari nelayan → pedagang pengumpul → pengolah ikan asar; c) saluran dari nelayan → UPI/*cold storage*.

Rantai pasok ikan cakalang menunjukkan pihak UPI/*cold storage* menjadi lembaga pemasaran terbesar (50%) dalam aliran pasok dari nelayan, sedangkan pedagang pengecer dan pengolah

masing-masing mendapat porsi 25% dari hasil tangkapan ikan cakalang dari nelayan.

Rantai nilai ikan cakalang menunjukkan nilai tambah terbesar dihasilkan pada saluran pemasaran kedua, yaitu sebesar Rp. 23.062,-/kg. Hal ini disebabkan oleh adanya proses pengolahan pengasapan terhadap bahan baku utama (ikan cakalang) yang mengakibatkan nilai jual akhir meningkat hingga lima kali lipat.

Simpul rantai pasok nelayan cenderung tidak efisien pada ketiga saluran pemasaran. Hal ini disebabkan nelayan tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga jual akibat terbentuknya struktur pasar yang monopsoni.

Implikasi Kebijakan

Melibatkan multisektor atau *integrated management* dalam pengelolaan industri cakalang.

Melakukan introduksi dan penyebaran teknologi pengolahan ikan cakalang yang dihasilkan oleh Badan Riset dan Sumber Daya Manusia Kelautan dan Perikanan (BRSDMKP) dan perguruan tinggi setempat untuk meningkatkan efisiensi industri cakalang.

Memperluas akses pasar dengan membuka alternatif jalur distribusi, baik melalui jalur darat, laut maupun udara, yang murah dan mudah sehingga pelaku usaha memiliki pilihan dalam mendistribusikan hasil produksinya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tulisan ini merupakan bagian dari laporan penelitian “Kajian Desain Program dan Implementasi Industrialisasi Berbasis Perikanan Tangkap Laut” yang sepenuhnya dibiayai oleh Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada jajaran staf Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Ambon karena telah mendampingi dan memfasilitasi peneliti dalam menggali data dan informasi yang diperlukan. Apresiasi yang tinggi juga kami tujukan kepada nelayan, bakul, pedagang eceran, pedagang perantara, pedagang besar (*cold storage*), dan distributor selaku responden atas kerasamanya dalam memberikan data dan informasi yang sangat berguna dalam penelitian ini. Tidak lupa kami juga mengucapkan terima kasih kepada tim Dewan Redaksi dan Reviewer Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan yang telah

menelaah dan mengedit tulisan ini sehingga layak untuk diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino. 1991. Pengantar Tataniaga Pertanian. Bogor: Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Ambon. 2012. Kota Ambon Dalam Angka 2012. Ambon: Badan Pusat Statistik Kota Ambon.
- Brown, R. 2000. Cluster Dynamics in Theory and Practice with Application to Scotland, Regional and Industrial Policy. *Research Paper No. 38*. European Policies Research Centre University of Strathclyde. UK.
- Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kota Ambon. 2012. Laporan Tahunan 2012. Ambon: Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Ambon.
- Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Provinsi Maluku. 2012. Laporan Tahunan 2012. Maluku: Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Maluku.
- Furqon, C. 2014. Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi di Kabupaten Bandung. *IMAGE*, III(2): 109-126.
- Hayami, Y., T. Kawagoe, Y. Marooka and M. Siregar. 1987. Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective From A Sunda Village. CGPRT Center. Bogor. 75p.
- Hicks, P. A. 1995. An Overview of Issues and Strategies in The Development of Food Processing Industries in Asia and The Pacific, APO Symposium, 28 September – 5 Oktober. Tokyo.
- Listriana, K. 2011. Kawasan Lumbung Ikan Nasional Maluku Akan Dikembangkan. *Buletin Tata Ruang*, Maret-April 2011: 28-31.
- Mangifera, L. 2015. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*) Pada Produk Batik Tulis di Surakarta. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(1): 23-33.
- Manik, N. 2007. Beberapa Aspek Biologi Ikan Cakalang (*Katsuwonus Pelamis*) Di Perairan Sekitar Pulau Seram Selatan dan Pulau Nusa Laut. *Jurnal Oseanologi dan Limnologi di Indonesia* (2007) 33: 17–25, ISSN 0125 – 9830. Diunduh dari website www.oseanografi.lipi.go.id pada tanggal 5 Maret 2014.
- Nurhayati, P. 2004. Nilai Tambah Produk Olahan Perikanan Pada Industri Perikanan Tradisional di DKI Jakarta. *Buletin Ekonomi Perikanan*, V(2): 17-23.
- Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Ambon. 2012. Laporan Tahunan 2012. Ambon: Pelabuhan Perikanan Nusantara Ambon.

- Purwaningsih, R. 2015. Analisis Nilai Tambah Produk Perikanan Lemuru Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 14(1): 13-23.
- Purwaningsih, R. 2013. Pengembangan Model Sistem Dinamik Klaster Industri Perikanan Berkelanjutan. Disertasi. Surabaya: Institut Teknik Surabaya.
- Rofaida, R. 2012. Analisis dan Strategi Upgrading Rantai Nilai (Value Chain Management) pada Industri Susu di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1): 59-71.
- Suryana, A. 2005. Arah, Strategi dan Program Pembangunan Pertanian 2005 – 2009. Badan Penelitian dan Pengembangan Departemen Pertanian. Jakarta: Departemen Pertanian.
- Tarigan, H. 2007. Peningkatan Nilai Tambah Melalui Pengembangan Agroindustri Pisang di Kabupaten Lumajang. Prosiding Seminar Nasional "Dinamika Pembangunan Pertanian dan Perdesaan: Mencari Alternatif Arah Pengembangan Ekonomi Rakyat", ISBN 978-979-3566-64-1, p. 128 – 134.
- Vermulen, S., J. Woodhill, F. Proctor and R. Delnoye. 2008. Chain-Wide Learning for Inclusive Agrifood Market Development, A Guide to Multi-Stakeholder Processes for Linking Small-Scale Producers to Modern Market. IIED and CD & IC. Wageningen University and Research Center. Netherland.