

**ANALISIS PEMASARAN IKAN KERAPU SUNU (*Plectropomus leopardus*) DI PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI)  
PAOTERE, KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**MUTMAINNAH**



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN  
DEPARTEMEN PERIKANAN  
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**ANALISIS PEMASARAN IKAN KERAPU SUNU (*Plectropomus leopardus*) DI PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI)  
PAOTERE, KOTA MAKASSAR**

**MUTMAINNAH**

**L04 120 1062**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada  
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN  
DEPARTEMEN PERIKANAN  
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS PEMASARAN IKAN KERAPU SUNU (*Plectropomus leopardus*) DI  
PANGKALAN PENDARATAN IKAN (PPI) PAOTERE, KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh:  
**MUTMAINNAH**  
**L041 20 1062**

Telah dipertahankan dihadapan panitia ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin pada tanggal 22 Februari 2024 dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Kelulusan

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**Menyetujui :**

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing Anggota**



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si  
NIP. 197209262006042001



Dr. Amiluddin, S.P., M.Si  
NIP. 196812202003121001

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Agrobisnis Perikanan**



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si  
NIP. 197209262006042001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutmainnah  
Nim : L041 20 1062  
Program Studi : Agrobisnis Perikanan  
Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul : "Analisis Pemasaran Ikan Kerapu Sunu (*Plectropomus Leopardus*) di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Paotere, Kota Makassar" adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis benar - benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 26 Februari 2024

Yang menyatakan



Mutmainnah  
L041201062

## PERNYATAAN AUTHORSHIP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutmainnah  
Nim : L041 20 1062  
Program Studi : Agrobisnis Perikanan  
Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai author dan Universitas Hasanuddin sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya dua semester (satu tahun sejak pengesahan Skripsi) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan Skripsi ini, maka pembimbing sebagai salah seorang dari penulis berhak mempublikasinya pada jurnal ilmiah yang ditentukan kemudian, sepanjang nama mahasiswa tetap diikuti.

Makassar, 22 Februari 2024

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si  
NIP. 197209262006042001

Penulis



Mutmainnah  
L041201062

## ABSTRAK

**Mutmainnah. L041 20 1062** “Analisis Pemasaran Ikan Kerapu Sunu (*Plectropomus Leopardus*) di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Paotere, Kota Makassar” dibimbing oleh **Sitti Fakhriyyah** sebagai Pembimbing Utama dan **Amiluddin** sebagai Pembimbing Pendamping.

---

Proses pemasaran dari produsen hingga konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentunya mengalami perbedaan harga. Hal tersebut disebabkan karena setiap pihak ingin memperoleh keuntungan. Ikan kerapu sunu (*Plectropomus leopardus*) merupakan salah satu kelompok ikan karang yang memegang peran penting dalam ekosistem terumbu karang baik secara ekologis, maupun secara ekonomis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran, besar biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran ikan kerapu sunu. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cluster Sampling* yang dibedakan berdasarkan jenis pekerjaan. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder yang dianalisis dengan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tidak efisien. Didapatkan hasil bahwa lembaga pemasaran yang mengeluarkan biaya paling banyak yaitu pengecer II Rp7.648, biaya pemasaran paling sedikit dikeluarkan oleh pengepul darat sebesar Rp908. Margin pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran pertama dengan total margin sebesar Rp70.000,- margin terkecil pada saluran pemasaran kedua yaitu Rp20.000,-. Keuntungan pemasaran terbesar pada saluran pemasaran pertama yaitu Rp65.789,-. Sedangkan keuntungan paling sedikit yaitu saluran pemasaran kedua Rp15.560,-. Saluran pemasaran ikan kerapu sunu yang ada di PPI Paotere dapat dikatakan efisien karena memenuhi kriteria yaitu <1%.

Kata kunci: Pemasaran, ikan kerapu sunu, keuntungan, efisiensi, PPI Paotere

## ABSTRACT

**Mutmainnah. L041 20 1062** "Marketing Analysis of Sunu Grouper Fish (*Plectropomus Leopardus*) at the Paotere Fish Landing Port (PPI), Makassar City" was supervised by **Sitti Fakhriyyah** as the Main Supervisor and **Amiluddin** as the Co-Supervisor.

---

---

The marketing process from producers to consumers, both directly and indirectly, undoubtedly experiences price differences. This is because each party aims to make a profit. Sunu grouper fish (*Plectropomus leopardus*) is one of the coral fish species that plays an important role in the coral reef ecosystem, both ecologically and economically. This research aims to determine the channel structure, costs, margins, profits, and efficiency of sunu grouper fish marketing. The sampling method used in this research is Cluster Sampling, which is differentiated based on the type of work. The data sources used are primary and secondary data, which are analyzed using qualitative and quantitative descriptive methods. The research results show that the longer the marketing channel, the less efficient it becomes. It was found that the marketing institution that incurred the highest cost was Retailer II, amounting to Rp7,648, while the lowest marketing cost was incurred by the onshore collector at Rp908. The highest marketing margin was in the first marketing channel, with a total margin of Rp70,000,- and the smallest margin was in the second marketing channel, which was Rp20,000. The largest marketing profit was in the first marketing channel, amounting to Rp65,789, while the smallest profit was in the second marketing channel, which was Rp15,560. The sunu grouper fish marketing channels at PPI Paotere can be considered efficient as they meet the criteria of <1%.

**Keywords:** *Marketing, Sunu grouper fish, Profit, Efficiency, PPI Paotere*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan yang telah memberikan penulis kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam tak lupa tucurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, nabi yang membawa dari alam kegelapan menuju alam yang terang menderang seperti zaman ini.

Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian mengenai **Analisis Pemasaran Ikan Kerapu Sunu (*Plectropomus leopardus*) di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Paotere, Kota Makassar** yang merupakan syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin. Dalam penyelesaian skripsi ini menemui cukup banyak kendala yang dihadapi penulis, tetapi melalui usaha, kerja keras, ketekunan, dan keikhlasan serta adanya bantuan dari berbagai pihak baik berupa bimbingan, arahan, petunjuk, nasehat, maupun fasilitas lainnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis dengan sepenuh hati menyampaikan ucapan terima kasih terutama kepada **Ibu Dr. Sitti Fakhriyah, S.Pi., M.Si** selaku pembimbing pertama dan **Bapak Dr. Amiluddin, S.P., M.Si** selaku pembimbing kedua atas segala bantuan dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan serta waktu yang telah diluangkan kepada penulis dari awal proposal penelitian sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini. Semoga amal kebaikan bapak dan ibu bernilai pahala di sisi Allah SWT. Aamiin. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua tercinta **Ayahanda Tajuddin** dan **Ibunda Rahmatiah** yang telah memberikan cinta dan kasih sayang yang tulus kepada penulis. Terima kasih telah menjadi sosok orangtua hebat yang selalu mendoakan dan mendukung penulis. Terima kasih telah menjadi alasan terbesar penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Prof. Safruddin, S.Pi, M.Si., Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
2. **Ibu Prof. Dr. Ir. Siti Aslamyah, MP** selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
3. **Bapak Dr. Fahrul, S.Pi., M.Si** selaku ketua Departemen Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.



4. **Ibu Dr. Sitti Fakhriyah, S.Pi., M.Si** selaku Ketua Program Studi Agrobisnis Perikanan, Departemen Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
5. **Bapak M. Chasyim Hasani, S.Pi, MP** dan **Bapak Benny Audy Jaya G., S.Kel., M.Si** selaku penguji yang telah memberikan pengetahuan baru dan masukan, saran, dan kritik yang sangat membangun.
6. **Dosen** dan **Staf Dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin yang telah membagi ilmunya selama proses perkuliahan.
7. **Seluruh Staf Administrasi** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan yang telah membantu pengurusan administrasi selama penyelesaian skripsi ini

Ucapan terima kasih melalui skripsi ini penulis sampaikan kepada mereka yang telah membantu dan berperan serta dalam proses penelitian, penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.

1. **Umrayana A.Md Kep, Rismayani S.P** dan semua **keluarga besar** yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya kepada penulis semasa menempuh pendidikan.
2. **Muhammad Fajrin** atas semangat, bantuan, dan dukungan penuh kepada penulis yang selalu menemani selama proposal, penelitian, hingga penyelesaian skripsi ini.
3. **Hasrawati** teman seperjuangan sejak Mahasiswa Baru hingga sekarang yang telah kebersamai dan selalu bersama dari KKN, PKP, Proposal, hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Teman seperjuangan **Indrasari Asaf, Siti Amelia, Masyita Bj** atas bantuan, semangat, kebersamaan, dan dukungan yang luar biasa selama menempuh pendidikan.
5. **Hastika pratiwi** atas bantuan selama proses bimbingan, pengurusan berkas, hingga ujian skripsi.
6. **Keluarga besar E20ulis** (Agrobisnis Perikanan Angkatan 2020) atas bantuan. Semangat dan kebersamaan serta pengalaman yang luar biasa selama penulis menempuh pendidikan.
7. **Keluarga besar UKM Anak Pantai Perikanan** atas bantuan, dukungan, dan pengalaman berorganisasi yang tidak dapat penulis temui di tempat lain. Terkhusus **PPAB VII** yang telah kebersamai dan memberi hiburan selama menjadi anggota.

8. Teman-teman **KKN 109 Perhutanan Sosial Wajo** terkhusus **Posko Awota 2** yang telah memberikan dukungan dan pengalaman yang luar biasa kepada penulis.
9. Seluruh **Staf Karyawan PPI Paotere** yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama penelitian.
10. Dan seluruh **responden** yang ada di PPI Paotere atas kerjasama dan bantuannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis meminta maaf jika ada yang kurang berkenan dan senantiasa meminta kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan bernilai positif bagi semua pihak. Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 22 Februari 2024

  
Mutmainnah

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Camba, pada tanggal 7 September 2001. Penulis merupakan anak ke3 dari 3 bersaudara dari pasangan Ayah Tajuddin dan Ibu Rahmatiah. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar di SD 65 Matanre dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 3 Camba dan lulus pada tahun 2017. Setelah lulus pada tahun 2017 kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 2 Maros dan lulus pada tahun 2020. Selama menempuh pendidikan di SMA penulis aktif dalam berbagai kegiatan sekolah salah satunya kepanitiaan Porseni (Pekan Olahraga dan Seni). Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Hasanuddin pada Program Studi Agrobisnis Perikanan melalui jalur SBMPTN. Sebagai seorang mahasiswa penulis aktif di organisasi kemahasiswaan yaitu UKM Koperasi Mahasiswa Unhas, menjadi Sekretaris Umum UKM Anak Pantai Perikanan pada tahun 2022 dan mengikuti berbagai kegiatan mahasiswa lingkup kampus. Pada tahun 2023 penulis menjadi asisten praktek lapang yang dilaksanakan di Dusun Kuri Caddi. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) gelombang 109 di Desa Minangatellue, Kecamatan Maniangepajo, Kabupaten Wajo. Melakukan Praktik Kerja Profesi (PKP) pada PT Sakinah Bahari Indonesia dan melakukan penelitian di PPI Paotere dengan judul "Analisis Pemasaran Ikan Kerapu Sunu (*Plectropomus leopardus*) di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Paotere, Kota Makassar".

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN AUTHORSHIP</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
A. Deskripsi Ikan Kerapu Sunu ( <i>Plectropomus leopardus</i> ).....	5
B. Pangkalan pendaratan Ikan.....	6
C. Pemasaran.....	7
D. Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	8
E. Biaya, Margin, dan Keuntungan Pemasaran.....	10
F. Efisiensi Pemasaran.....	12
G. Penelitian Terdahulu.....	13
H. Kerangka Pikir Penelitian.....	15
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
B. Jenis Penelitian .....	17
C. Metode Pengambilan Sampel.....	17
D. Teknik Pengambilan Data.....	19
E. Sumber Data .....	19
F. Analisis Data.....	20
G. Konsep Operasional .....	21

<b>IV. HASIL</b> .....	<b>23</b>
A. Keadaan Umum Lokasi .....	23
B. Karakteristik Responden.....	27
C. Analisis Pola Saluran Pemasaran.....	28
D. Biaya Pemasaran .....	29
E. Margin Pemasaran .....	31
F. Keuntungan Pemasaran .....	32
G. Efisiensi Pemasaran .....	33
<b>V. PEMBAHASAN</b> .....	<b>35</b>
A. Operasi Penangkapan ikan kerapu.....	35
B. Bentuk lembaga saluran pemasaran .....	36
C. Pola saluran pemasaran.....	39
D. Biaya pemasaran.....	41
E. Margin pemasaran.....	42
F. Keuntungan pemasaran .....	43
G. Efisiensi pemasaran .....	44
<b>VI. PENUTUP</b> .....	<b>46</b>
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran.....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>50</b>

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 1. Ikan Kerapu Sunu (Effendi, 2004).....	5
Gambar 2. Kerangka pikir.....	16
Gambar 3. Lokasi Penelitian PPI Paotere .....	23
Gambar 4. Skema Saluran Pemasaran .....	29

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 1. Populasi Lembaga Pemasaran Ikan Kerapu di PPI Paotere .....	18
Tabel 2. Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Makassar, 2018 .....	24
Tabel 3. Jenis Fasilitas yang Terdapat di PPI Paotere Kota Makassar .....	25
Tabel 4. Produksi Perikanan PPI Paotere Tahun 2022.....	26
Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan umur di PPI Paotere.....	27
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan di PPI Paotere.....	28
Tabel 7. Biaya Pemasaran Pengepul Darat.....	29
Tabel 8. Biaya Pemasaran Pengepul Laut .....	30
Tabel 9. Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer I .....	30
Tabel 10. Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer II .....	31
Tabel 11. Margin Pemasaran Ikan Kerapu di PPI Paotere.....	31
Tabel 12. Keuntungan Pemasaran Ikan Kerapu di PPI Paotere .....	32
Tabel 13. Efisiensi Pemasaran Ikan Kerapu di PPI Paotere .....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian .....	51
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....	52
Lampiran 3. Data Umum Responden .....	58
Lampiran 4. Biaya Pemasaran Pengepul Darat.....	60
Lampiran 5. Biaya Pemasaran Pengepul Laut.....	62
Lampiran 6. Biaya Pemasaran Pengecer I .....	63
Lampiran 7. Biaya Pemasaran Pengecer II .....	65
Lampiran 8. Saluran Pemasaran I .....	66
Lampiran 9. Saluran Pemasaran II .....	67
Lampiran 10. Saluran Pemasaran III .....	68
Lampiran 11. Saluran Pemasaran IV.....	69
Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian .....	70



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor PER.16/MEN/2006 tentang Pelabuhan Perikanan, Pelabuhan Perikanan dibagi menjadi 4 kategori utama, yaitu PPS (Pelabuhan Perikanan Samudera), PPN (Pelabuhan Perikanan Nusantara), PPP (Pelabuhan Perikanan Pantai), dan PPI (Pangkalan Pendaratan Ikan). Pelabuhan tersebut dikategorikan menurut kapasitas dan kemampuan masing-masing pelabuhan untuk menangani kapal yang datang dan pergi serta letak dan posisi pelabuhan (Nur Alfathia Artanti *et al.*, 2022).

Perikanan di Sulawesi Selatan wajib dijaga dan dilestarikan. Kekayaan alam apabila dikelola dengan baik dapat dioptimalkan menjadi pilar keunggulan kompetitif bangsa dalam pembangunan ekonomi dan kemakmuran rakyat dengan jalan memberikan kontribusi terhadap devisa negara. Hal ini dibuktikan adanya beberapa PPI yang berperan dalam produksi perikanan dan aktivitas perikanan di Sulawesi Selatan diantaranya PPI Paotere (Makassar), PPI Bandeng (Pangkajene), PPI Lappa (Sinjai), PPI Beba (Takalar) (Sholim, 2020).

Kota Makassar merupakan salah satu wilayah di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki beragam potensi sumber daya alam, khususnya perikanan tangkap dan didukung oleh potensi sumber daya manusia yang relatif besar. Potensi sumberdaya alam berupa hasil laut yang tak terbatas jumlahnya dapat dijadikan sebagai tulang punggung kekuatan perekonomian Kota Makassar. Salah satu upaya pemerintah provinsi dalam pengelolaan sumber daya perikanan yaitu melalui pengoptimalan pelabuhan perikanan (Hamzyna, 2023).

Terdapat 2 tipe pelabuhan perikanan di Makassar yaitu tipe B (Pelabuhan Perikanan Nusantara) dan Tipe D (Pangkalan Pendaratan Ikan). PPN yang ada di Makassar yaitu PPN Untia, dimana PPN tersebut mempunyai fasilitas tempat pelelangan ikan yang layak fungsi namun belum dimanfaatkan secara optimal dikarenakan kurangnya nelayan yang melakukan pembongkaran ikan di dermaga sehingga tidak ada pula hasil tangkapan yang dapat di lelang dan kurangnya pembeli/konsumen. Berbeda dengan PPI Paotere dimana tempat pelelangan ikannya berfungsi dengan baik dikarenakan nelayan membongkar ikannya langsung di dermaga, karena tempatnya yang mudah diakses sehingga terdapat banyak pembeli.

Pangkalan pendaratan ikan (PPI) adalah klasifikasi dari pelabuhan perikanan yang diklasifikasikan sebagai Pelabuhan Perikanan kelas D, yang selanjutnya disebut Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) ditetapkan berdasarkan kriteria teknis dan operasional

(KEP. 45/MEN-KP/2014). Menurut Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No. PER.16/MEN/2006, pelabuhan perikanan mempunyai fungsi mendukung kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumberdaya ikan dan lingkungannya mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan, sampai dengan pemasaran. Bentuk pelaksanaan fungsi perikanan tersebut antara lain pelayanan sandar dan labuh kapal perikanan dan kapal pengawas perikanan, pelayanan bongkar muat, pelaksanaan pembinaan mutu dan pengolahan hasil perikanan, pemasaran dan distribusi ikan, data tangkapan dan hasil perikanan, pelaksanaan penyuluhan dan pengembangan masyarakat nelayan, pelaksanaan pengawasan dan pengendalian sumberdaya ikan, pelaksanaan kesyahbandaran, pelaksanaan fungsi karantina ikan, publikasi hasil riset kelautan dan perikanan, pemantauan wilayah pesisir dan wisata bahari, dan pengendalian lingkungan (Amarullah, 2017).

PPI Paotere telah ditetapkan sebagai pelabuhan perikanan dengan klasifikasi pelabuhan perikanan tipe D, yaitu mampu melayani kapal perikanan dengan ukuran di bawah atau sama dengan 5 GT dan mampu menampung sekurang-kurangnya 15 unit kapal atau jumlah keseluruhan sekurang-kurangnya 75 GT sekaligus melayani kapal ikan yang beroperasi di perairan pedalaman dan perairan kepulauan serta pemasaran hasil perikanan rata-rata 2 ton/hari, hal ini sesuai dengan standar yang dikeluarkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan 2012.

PPI Paotere memiliki fungsi utama sebagai pelabuhan bongkar muat barang dan hasil-hasil perikanan. Banyaknya aktivitas perikanan tangkap yang ada di PPI Paotere tidak terlepas dari permasalahan didalamnya. Permasalahan yang utama adalah aktivitas perikanan tangkap di PPI Paotere sangat besar dan padat dikarenakan hampir setiap hari dikunjungi oleh kurang lebih 5000 orang yang terdiri dari nelayan tangkap, nelayan tambak, pengelola pelabuhan, pengumpul, dan konsumen rumah tangga (Fada *et al.*, 2021).

Ikan kerapu merupakan salah satu komoditas perikanan laut yang bernilai ekonomis tinggi. Di tingkat nelayan, harga kerapu hidup ukuran konsumsi seperti kerapu bebek (*Cromileptes altivelis*) mencapai Rp. 350,000/kg, kerapu sunu (*Plectropomus leopardus*) mencapai Rp. 180.000/kg, kerapu macan (*Epinephelus fuscoguttatus*) mencapai Rp. 125,000/kg, karena itu ikan kerapu merupakan jenis komoditas yang penting dalam meningkatkan pendapatan nelayan (Ismi & Asih, 2014).

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha termasuk usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Namun produksi yang tinggi akan sia-sia apabila harga jualnya rendah. Oleh karena itu, tingginya produksi tidak selalu memberikan keuntungan yang tinggi tanpa adanya pemasaran yang baik

dan efisien. Untuk mendapatkan pemasaran yang baik dan efisien maka perlu adanya pembagian keuntungan yang adil kepada semua pihak baik produsen maupun lembaga pemasaran.

Proses pemasaran dari produsen hingga konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentunya mengalami perbedaan harga. Hal tersebut disebabkan karena setiap pihak ingin memperoleh keuntungan. Panjang pendeknya saluran pemasaran dapat menyebabkan adanya selisih harga ditingkat konsumen. Namun belum tentu memberikan keuntungan yang tinggi bagi nelayan ikan kerapu sunu di PPI Paotere. Dalam menjalankan fungsinya, PPI Paotere sebagai sarana pemasaran dan penyedia distribusi hasil tangkapan perlu melakukan evaluasi terkait pemasaran yang sudah dilakukan oleh lembaga pemasaran dengan tujuan untuk memahami efektivitas pemasaran dan pengembangan pemasaran yang perlu dilakukan kedepannya.

Penjelasan diatas menunjukkan terdapat beberapa permasalahan baik dari aspek sosial maupun ekonomi. Untuk mendapatkan keuntungan yang adil, kelompok nelayan di PPI Paotere perlu mencari strategi untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Peneliti tertarik untuk meneliti tentang kajian pemasaran pada PPI Paotere Kota Makassar dengan menelusuri lembaga pemasaran yang ada menggunakan analisis data saluran pemasaran, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran untuk memperoleh data dan informasi terkait. Adapun judul penelitian ini yaitu “**Analisis Pemasaran Ikan Kerapu Sunu (*Plectropomus leopardus*) di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Paotere Kota Makassar**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk saluran pemasaran ikan kerapu sunu di PPI Paotere Kota Makassar?
2. Berapa besar biaya, margin, dan keuntungan pemasaran ikan kerapu sunu pada setiap lembaga pemasaran di PPI Paotere?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran ikan kerapu sunu pada setiap lembaga pemasaran di PPI Paotere?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran ikan kerapu sunu di PPI Paotere Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui besar biaya, margin, dan keuntungan pemasaran ikan kerapu sunu pada setiap lembaga pemasaran di PPI Paotere.

3. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran ikan kerapu sunu pada setiap lembaga pemasaran di PPI Paotere.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan dalam melakukan penyusunan kebijakan terhadap penentuan harga dalam mengembangkan usaha ikan kerapu sunu di PPI Paotere, Kota Makassar.
2. Bagi pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dalam peningkatan usaha untuk mencapai keuntungan yang lebih optimal.
3. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai pemasaran ikan kerapu sunu.
4. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan dan kegunaan bagi penelitian selanjutnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Deskripsi Ikan Kerapu Sunu (*Plectropomus leopardus*)

Klasifikasi ikan kerapu sunu menurut Heemstra (1993) adalah sebagai berikut:

Kingdom : Animalia

Phylum : Chordata

Class : Actinopterygii

Ordo : Perciformes

Famili : Serranidae

Genus : *Plectropomus*

Species : *Plectropomus leopardus*



**Gambar 1. Ikan Kerapu Sunu (Effendi, 2004)**

Ikan merupakan sumber pangan hewani yang sudah tidak asing lagi di masyarakat. Jenis ikan merupakan bahan pangan sumber protein hewani yang relative murah dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya. Disamping menyediakan protein hewani yang relatif tinggi jumlahnya, ikan juga mengandung asam lemak tak jenuh, berbagai macam vitamin dan mineral yang sangat diperlukan oleh tubuh (Auliyah S. et al., 2016).

Ikan kerapu tergolong dalam *serranidae* yang memiliki habitat kedalaman yang beragam. Ikan kerapu hidup pada ekosistem terumbu karang, pantai berpasir, pasir berbatu, hingga berlumpur. Ikan kerapu memiliki ciri-ciri yaitu berbadan kekar, berkepala besar, dan bermulut lebar. Seluruh tubuhnya ditutupi oleh sisik-sisik, pada pinggiran *operculum* bergerigi dan terdapat duri pada *operculum* tersebut. Dua sirip punggungnya berbentuk duri-duri. Ikan kerapu dikenal sebagai predator yaitu pemangsa ikan-ikan kecil, zooplankton, udang-udangan, invertebrata, dan hewan-hewan lainnya.

Berdasarkan ukurannya, ikan kerapu memiliki ukuran sebesar 30 cm hingga 3 meter dalam fase dewasanya. Ikan kerapu dapat dikenali dengan bentuk *operculum*,

corak dan warna tubuhnya. Bentuk, corak dan warna merupakan alat utama untuk dapat mengidentifikasi morfologi ikan kerapu. Walau demikian, secara morfologi ikan kerapu sangat sulit untuk dibedakan antar spesiesnya. Beberapa masyarakat terkadang mempunyai sebutan yang sama untuk dua hingga tiga ekor kerapu yang berbeda (A. B. Kusuma *et al.*, 2021).

Ikan kerapu sunu (*Plectropomus leopardus*) merupakan salah satu kelompok ikan karang yang memegang peran penting dalam ekosistem terumbu karang baik secara ekologis, maupun secara ekonomis. Secara ekologis merupakan salah satu predator utama dalam rantai makanan di ekosistem dan secara ekonomis merupakan komoditas ekspor khususnya untuk ikan yang dalam kondisi hidup.

Ciri yang membedakan antara ikan kerapu sunu dengan ikan kerapu lainnya adalah kepala, badan, dan bagian tengah dari sirip berwarna abu-abu kehijau-hijauan, cokelat, merah, atau jingga kemerahan dengan bintik-bintik biru yang berwarna gelap pada pinggirnya. Bintik-bintik pada kepala dan bagian depan badan sebesar diameter bola matanya atau lebih besar.

Ikan kerapu sunu yang dikenal dengan kerapu bintang termasuk satu diantara komoditas ekspor unggulan Indonesia dari budidaya laut. Warna merah pada kerapu sunu merupakan daya tarik tersendiri bagi beberapa negara seperti Hongkong dan China yang sebagian besar masyarakatnya masih menyakini bahwa warna merah identik dengan keberuntungan. Sehingga pasar kerapu sunu di kedua negara tersebut sangat tinggi dan merupakan negara tujuan ekspor yang potensial.

Warna tubuh ikan kerapu sering berubah, dipengaruhi kondisi lingkungan dan tingkat stress ikan. Ikan kerapu sunu sering berwarna merah sehingga dikenal juga kerapu merah dan kadang berwarna kecoklatan. Tubuh ikan kerapu mempunyai bintik-bintik berwarna biru dengan tepi gelap. Ikan ini memiliki 6 buah pita berwarna gelap yang dalam kondisi tertentu sering tidak tampak (Ernaningsih, 2018).

## **B. Pangkalan pendaratan Ikan**

Pangkalan pendaratan ikan (PPI) merupakan tempat bertambat dan labuh perahu/kapal perikanan, tempat pendaratan hasil perikanan dan merupakan lingkungan kerja ekonomi perikanan yang meliputi areal perairan dan daratan, dalam rangka memberikan pelayanan umum dan jasa untuk memperlancar kegiatan perahu/kapal dan usaha perikanan. Lebih lanjut pangkalan pendaratan ikan merupakan salah satu unsur prasarana ekonomi yang dibangun dengan maksud untuk menunjang tercapainya pembangunan perikanan terutama untuk perikanan skala kecil. Mengingat peranan PPI sangat strategis, maka pengelolaannya harus dilakukan secara profesional agar aset pembangunan tersebut dapat dirasakan manfaatnya bagi masyarakat nelayan dan pada

gilirannya akan dapat memberikan kontribusi berupa pendapatan asli daerah (PAD) pemerintah setempat. Adapun fungsi dan peranan PPI antara lain:

1. Kegiatan yang berkaitan dengan produksi, meliputi tambat labuh perahu/kapal perikanan, bongkar muat hasil tangkapan, penyaluran perbekalan kapal dan awak kapal serta pemeliharaan kapal dan alat-alat perikanan.
2. Kegiatan yang berkaitan dengan pengolahan dan pemasaran hasil meliputi: penanganan hasil tangkapan, pelelangan ikan, pengepakan, penyaluran/distribusi, pengolahan dan pengawetan.
3. Kegiatan pembinaan dan pengembangan masyarakat nelayan, meliputi ; penyuluhan dan pelatihan, pengaturan (keamanan, pengawasan dan perizinan), pengumpulan data statistik perikanan serta pembinaan perkoperasian dan keterampilan nelayan.

PPI juga berfungsi sebagai tempat memperoleh data yang berkaitan dengan perikanan laut. Ketersediaan data yang lengkap dan akurat di suatu Pangkalan Pendaratan Ikan akan dapat membantu memberikan informasi kepada para ahli yang akan melakukan analisis kondisi perikanan laut dan hal-hal yang berkaitan dengan itu, dengan demikian akan diperoleh hasil analisis yang lebih baik dan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pejabat penentu kebijakan (Sholim, 2020).

### **C. Pemasaran**

Menurut Tjiptono dan Diana (2020), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis (Yohana Walangitan *et al.*, 2022).

Menurut Kotler dan Armstrong (2006) pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan (Yanuar *et al.*, 2017).

Pemasaran sebagai sebuah proses dalam menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian menyediakan barang dan jasa yang diproduksinya, sesuai dengan ekspektasi konsumen. Pemasaran adalah sebuah proses yang berkelanjutan dan terus menerus. Perusahaan atau organisasi dalam hal ini harus secara kontinu melakukan adaptasi dan perubahan dalam pasar, serta berupaya juga melakukan perubahan pada kebutuhan dan keinginan konsumennya (Nurmalina *et al.*, 2015).

Kemampuan dalam memasarkan barang yang dihasilkan akan menambah aset dalam upaya peningkatan dan pengembangan usaha. Pemasaran hasil produksi suatu

usaha dalam memperoleh keuntungan maksimal tergantung pada pola dan saluran pemasaran yaitu dari produsen hingga konsumen. Sebuah usaha yang produktivitasnya bagus akan gagal apabila pemasarannya tidak baik. Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran, karena melalui efisiensi pemasaran selain terlihat perbedaan harga yang diterima nelayan sampai barang tersebut dibayar oleh konsumen akhir, juga kelayakan pendapatan yang diterima nelayan maupun lembaga yang terlibat dalam aktivitas pemasaran (Nuriati, 2019).

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha termasuk usaha perikanan. Pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap naik turunnya pendapatan nelayan (Sarwanto *et al.*, 2016).

Sistem pemasaran yang selama ini terjadi pada sektor perikanan, secara umum cenderung menggunakan sistem pemasaran yang berbasis konvensional. Proses distribusi masih melibatkan pelaku yang cukup banyak sehingga terjadinya peningkatan harga di setiap pelaku/lembaga dalam sistem pemasaran. Namun demikian, hal tersebut terjadi dikarenakan adanya skala penjualan yang relatif besar di dalam aktivitas distribusi produk perikanan. Sebagai contoh, nelayan akan menjual ke pedagang pengumpul karena permodalan yang dimiliki pedagang pengumpul cukup besar sehingga seluruh tangkapan nelayan dapat terjual dengan cepat. Selain itu, juga terdapat hubungan yang saling terikat diantara para pelaku dalam sistem pemasaran, seperti kemudahan dalam transaksi jual beli produk perikanan secara kredit atau berhutang terlebih dahulu dan dilunasi setelah produk laku terjual. Hubungan kerjasama atau tata kelola pada sistem pemasaran produk perikanan tersebut biasa disebut relational (Wicaksana *et al.*, 2020).

#### **D. Lembaga dan Saluran Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah suatu badan usaha atau individu yang menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen untuk konsumen akhir yang memiliki hubungan dengan badan usaha ataupun individu lain. Tugas lembaga pemasaran yaitu melaksanakan fungsi pemasaran dan memenuhi keinginan konsumen seoptimal mungkin. Lembaga-lembaga yang ikut serta dalam proses pemasaran dapat didefinisikan sebagai berikut (Api *et al.*, 2019):

1. Tengkulak (Pedagang Pengumpul) merupakan lembaga pemasaran yang terhubung secara langsung dengan nelayan, tengkulak ini menjalankan transaksi dengan nelayan secara tunai, ijin maupun kontrak pembelian.
2. Pedagang besar adalah pedagang yang selain melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, pedagang besar juga melakukan proses penyebaran (distribusi) ke agen penjualan maupun pengecer.



3. Agen penjual, produk perikanan yang belum ataupun sudah mengalami proses pengotambak ditingkat pedagang besar harus di distribusikan kepada agen penjual maupun pengecer.
4. Pengecer, adalah lembaga pemasaran yang berhubungan langsung dengan konsumen. Pengecer merupakan ujung tombak dari sebuah proses produksi yang komersil, kelanjutan proses produksi yang dilaksanakan oleh semua lembaga pemasaran bergantung pada aktivitas pengecer dalam menjual produk kepada konsumen.
5. Konsumen (Pabrik) merupakan sebuah bangunan industri besar dimana terdapat beberapa orang yang mengawasi ataupun mengolah sebuah produk menjadi produk lain yang memiliki nilai tambah. Pabrik mengumpulkan banyak tenaga kerja, sumberdaya alam, modal, dan mesin industri.

Saluran pemasaran adalah sekumpulan organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses penyediaan suatu produk ataupun pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran atau saluran distribusi merupakan serangkaian organisasi yang terkait di dalam suatu kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk serta status pemilikannya dari produsen ke konsumen (Yuliani et al., 2017).

Saluran pemasaran dapat dibandingkan dengan pipa saluran dimana air mengalir dari sumberdaya kebatasan akhirnya. Saluran pemasaran memungkinkan arus barang dari produsen, melalui perantara, untuk pembeli. Beberapa perantara benar-benar membeli barang dari penjual, menyimpannya, dan menjualnya kepada pembeli (Sengkey et al., 2020).

Saluran pemasaran adalah suatu cara untuk menyampaikan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen (Fransisca et al., 2022). Proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek sesuai dengan kebijaksanaan saluran produksi yang ingin dilaksanakan perusahaan, dengan demikian saluran distribusi dibagi menjadi dua yaitu (Api et al., 2019):

1. Saluran distribusi langsung (*direct chanel of distribution*) yaitu barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir dan tidak melalui perantara.
2. Saluran distribusi tidak langsung (*indirect chanel of distribution*) yaitu penyaluran barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir melalui perantara.

Pemasaran ikan, khususnya pada perikanan skala kecil seringkali belum mencapai kondisi yang ideal. Hal ini terjadi karena adanya penguasaan jalur pemasaran oleh beberapa pelaku perikanan. Lembaga pemasaran yang sangat berperan dalam sistem pemasaran ikan adalah pedagang besar. Permasalahan lain yang sering timbul dalam sistem pemasaran komoditi pertanian termasuk perikanan seringkali memiliki

rantai pemasaran panjang, sehingga banyak juga pelaku lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut (Sarwanto *et al.*, 2016).

## E. Biaya, Margin, dan Keuntungan Pemasaran

### 1. Biaya Pemasaran

Berlangsungnya kegiatan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen selama waktu tertentu dapat tercapai bila didukung oleh ketersediaan dana bagi pembiayaan suatu pemasaran. Pembiayaan merupakan fungsi yang mutlak diperlukan dalam melaksanakan sistem pemasaran, karena adanya perbedaan waktu yang kadang-kadang cukup lama untuk menyampaikan suatu produk dari produsen ke konsumen (Remmang *et al.*, 2017).

Menurut Soekartawi (1987), bahwa besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain disebabkan karena; macam komoditi, lokasi pemasaran, macam dan jumlah lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan. Pembiayaan pemasaran diperuntukkan bagi penyediaan investasi modal terhadap barang-barang dan fasilitas yang diperlukan ke pihak konsumen akhir. Besar kecilnya biaya kegiatan lembaga pemasaran dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses pergerakan produk tersebut. Pemasaran memerlukan biaya, dan biaya ini makin besar dengan berkembangnya pertanian dan dengan makin kompleksnya pemasaran.

Biaya pemasaran adalah penjumlahan biaya masing-masing yang dikeluarkan lembaga pemasaran menggunakan rumus Soekartawi (2016):

$$B_p = B_{p_1} + B_{p_2} + B_{p_3} + \dots + B_{p_n}$$

Keterangan:

$B_p$  : Biaya pemasaran ikan kerapu (Rp)

$B_{p_1} + B_{p_2} + B_{p_3} + \dots + B_{p_n}$  : Biaya pemasaran tiap lembaga ikan kerapu (Rp)

Menurut Soekartawi, 1987 Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain disebabkan oleh macam komoditi, lokasi pemasaran, macam lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan. Peraturan pemasaran disuatu daerah juga kadang-kadang berbeda satu sama lain, begitu pula macam lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan. Makin efektif pemasaran yang dilakukan makin kecil biaya pemasaran yang mereka lakukan.

### 2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat menilai keseluruhan pemasaran atau tataniaga barang dari produsen primer hingga konsumen akhir. Adanya perbedaan nilai margin pemasaran menunjukkan adanya perbedaan perlakuan yang diberikan terhadap produk

dalam saluran tataniaga. Sehingga tataniaga satu produk bisa menghasilkan nilai margin pemasaran yang berbeda tergantung dari saluran tataniaga yang dipilih dan perlakuan yang diberikan terhadap produk tersebut. Sedangkan dari perspektif mikro, margin pemasaran dapat melihat keuntungan yang diperoleh oleh berbagai lembaga dalam saluran tataniaga yang merupakan hasil dari selisih antara harga jual dengan harga beli suatu barang. Margin pemasaran dari perspektif makro dapat dilihat dari tingkat lembaga yang berbeda. Dalam hal ini, minimal ada dua tingkat pasar yaitu pasar di tingkat petani dan pasar di tingkat konsumen akhir (Sahibuddin, 2015).

Terdapat dua macam nilai margin pemasaran yaitu biaya pemasaran terkait pengembalian faktor produksi (*marketing costs*) dan keuntungan yang diterima pengolah, pengumpul, dan lembaga tata niaga lainnya (*marketing charges*). Besarnya suatu margin pemasaran disebabkan karena komoditi, lokasi pemasaran, macam lembaga pemasaran, dan efektivitas pemasaran. Proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen membutuhkan biaya pemasaran, semakin panjang saluran pemasaran semakin besar harga produk yang tiba di tangan konsumen (Muslim, 2022).

Margin pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus Hanafiah dan Saefuddin (1986) sebagai berikut:

$$MP = H_j - H_b$$

Keterangan:

MP : Margin Pemasaran (Rp)

H<sub>j</sub> : Harga Penjualan (Rp)

H<sub>b</sub> : Harga Pembelian (Rp)

### 3. Keuntungan Pemasaran

Selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi Margin pemasaran yang diterima (Kusuma, 2021).

Analisis keuntungan pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus Hanafiah dan Saefuddin (1986) sebagai berikut:

$$\pi = MP - BP$$

Keterangan:

$\pi$  = Keuntungan

MP = Margin Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

## F. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan salah satu aspek pemasaran dalam upaya meningkatkan pergerakan barang dari produsen ke konsumen. Dalam efisiensi pemasaran akan dilihat adanya perbedaan harga yang diterima produsen sampai yang dibayarkan oleh konsumen akhir, serta kelayakan pendapatan yang diterima produsen terhadap komoditi yang dihasilkan. Kegiatan pemasaran produk hasil perikanan akan melalui beberapa proses diantaranya pengumpulan, pengelompokkan, pendistribusian termasuk pemilihan saluran pemasaran dimana akumulasi proses ini akan menimbulkan biaya. Semakin rendah biaya yang ditimbulkan sistem pemasaran akan semakin efisien, margin pemasaran semakin rendah. Margin pemasaran yang rendah akan meningkatkan pendapatan produsen serta harga yang relatif murah bagi konsumen (Sudana, 2019).

Efisiensi pemasaran memiliki peran yang sangat penting, yaitu (1) meningkatkan spesialisasi aktivitas dalam keunggulan komparatif sehingga suatu negara lebih mampu melakukan perdagangan; (2) meningkatkan efisiensi dan perdagangan sumberdaya alam; dan (3) kemajuan di bidang pemasaran akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Pasar yang efisien dan efisiensi mempunyai implikasi penting dalam kebijaksanaan pembangunan ekonomi. Dalam pasar yang efisien, diperlukan adanya intervensi pemerintah dengan cara membangun sistem informasi dan infrastruktur yang efisien melalui sistem pemasaran dari daerah perdesaan sampai ke konsumen sehingga informasi harga dan produk mampu diperoleh oleh produsen dan konsumen, sehingga mampu mengurangi margin pemasaran, meningkatkan harga jual produsen dan mengurangi harga beli konsumen (Baladina *et al.*, 2017).

Efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja proses pemasaran. Hal ini mencerminkan bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien (Remmang *et al.*, 2017).

Dalam formulasi yang dirumuskan oleh Soekartawi (2016) adalah :

$$Eps = \frac{BP}{\text{Harga eceran}} \times 100\%$$

Keterangan:

Eps : Efisiensi pemasaran hasil tangkapan

BP : Biaya Pemasaran

He : Harga eceran produk akhir

Kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran antara lain:

1. Jika efisiensi pemasaran  $>1$ , maka saluran pemasaran tidak berjalan efisien
2. Jika efisiensi pemasaran  $<1$ , maka saluran pemasaran berjalan efisien

## G. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya turut membantu peneliti dalam memahami dan menjadi pedoman dalam melakukan penelitian ini. Adapun beberapa penelitian yang meneliti permasalahan yang serupa, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Qustam Sahibuddin (2015) dengan judul Analisis Efisiensi Tataniaga Ikan Kerapu Macan (*Epinephelus Fuscoguttatus*) pada Kelompok Tani *Sea Farming* di Kelurahan Pulau Panggang Kecamatan Kepulauan Seribu Utara Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran dan lembaga tataniaga, mengidentifikasi fungsi – fungsi tataniaga pada lembaga pemasaran, menganalisis struktur pasar, dan efisiensi tataniaga ikan kerapu macan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah setiap anggota kelompok *sea farming*, pedagang pengumpul lokal dan pedagang pengumpul besar. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Penentuan harga ikan kerapu macan ditingkat pembudidaya dilakukan berdasarkan harga yang berlaku di pasar. Disamping itu proses tawar menawar juga berlangsung. Penentuan harga di tingkat konsumen lembaga ditentukan oleh pedagang pengumpul besar. Sudah tentunya pedagang pengumpul besar menentukan harga berdasarkan tinggi rendahnya permintaan ikan kerapu macan di pasar konsumen.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Mario Christi Wallong (2015) tentang Analisis Pemasaran Ikan Kerapu (*Epinephelinae*) di Pasar Bersehati Kota Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tataniaga dan bentuk saluran pemasaran ikan kerapu. Metode yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini rantai pemasaran ikan kerapu di pasar bersehati tergolong panjang yaitu mulai dari nelayan ikan kerapu, pedagang, swalayan, restoran, konsumen. Harga ikan yang dipasarkan masih tergolong berbeda harganya menurut jenis ikan kerapu yang ada di pasar bersehati Kota Manado.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Zuriat (2017) tentang Analisis Tingkat Margin Tataniaga Ikan Karang di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Ujoeng Baroh Kota

Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. Bertujuan untuk menganalisis tingkat margin dalam pemasaran atau tataniaga ikan karang dari nelayan hingga konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan harga dan margin yang berbeda dengan jenis ikan karang. Namun secara rata-rata diperoleh tingkat margin ikan karang adalah sebesar Rp16.000/kg. Nilai margin yang besar merupakan kerugian bagi nelayan sebagai produsen yang melakukan penangkapan ikan.

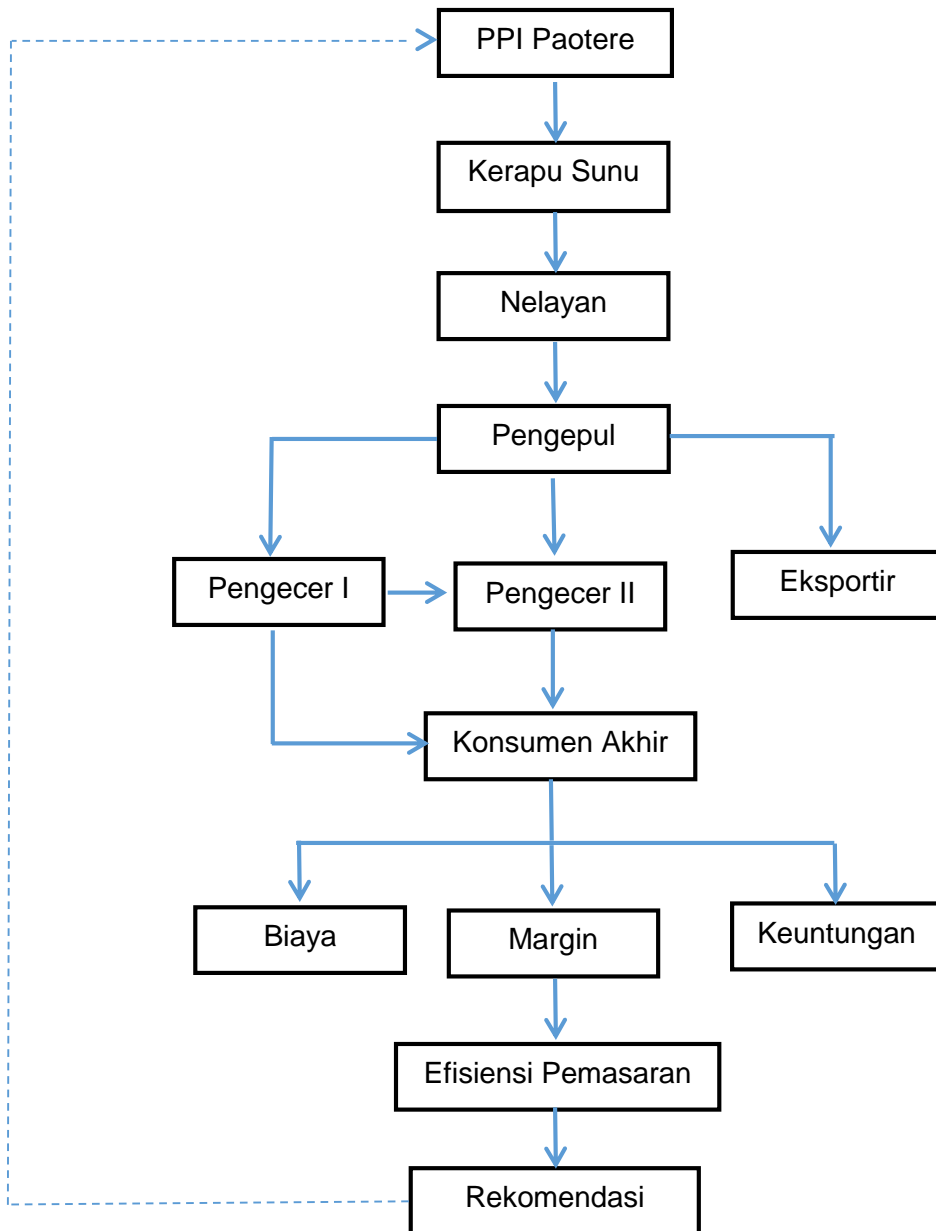
4. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Indra Dana Syahputra (2020) dengan judul analisis pemasaran ikan bandeng di desa Mallari, kecamatan Awangpone, kabupaten Bone. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, fungsi-fungsi saluran pemasaran, dan besar margin pemasaran yang diterima pelaku pemasaran ikan bandeng. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan metode analisis kualitatif. Populasi dan sampel penelitian adalah petani tambak dan pedagang ikan bandeng di Desa Mallari Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Fungsi-fungsi pemasaran yang diterapkan oleh petani tambak ikan bandeng yaitu menunjukkan bahwa penerapan fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas tidak sepenuhnya dilakukan oleh petani. Fungsi pemasaran tidak sepenuhnya dilakukan oleh petani tergantung pada saluran apa yang digunakan. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi margin yang diperoleh.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Zulfadli Muslim (2022) dengan judul analisis pemasaran ikan kakap merah (*Lutjanus sp*) di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola distribusi ,menganalisis margin pemasaran dan keuntungan pemasaran dan menganalisis efisiensi pemasaran Ikan kakap merah (*Lutjanus sp.*). Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan metode survey. Populasi dan sampel penelitian adalah Nelayan, Pedagang, Pengumpul, Pagandeng, dan Eksporir yang melakukan transaksi jual beli di Kota Makassar dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan responden menggunakan teknik *cluster sampling*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan literatur. Adapun hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Saluran pemasaran ikan kakap merah (*Lutjanus sp*) di Kota Makassar terdapat empat bentuk saluran pemasaran, dimana saluran pemasaran terpanjang adalah saluran pemasaran ketiga yang melibatkan empat Lembaga pemasaran yaitu Nelayan, Pengepul, Pengecer dan Pagandeng.

## **H. Kerangka Pikir Penelitian**

PPI Paotere merupakan tempat pendaratan ikan yang cukup dikenal di Kota Makassar. Salah satu ikan ekonomis penting di kota Makassar yang merupakan target penangkapan nelayan adalah ikan kerapu sunu. Hal ini karena ikan kerapu merupakan komoditi ekspor yang memiliki harga yang cukup tinggi yaitu sekitar Rp100.000,00-Rp500.000,00 per kg. Meski demikian keadaan tersebut tidak berarti mendapat dukungan pemasaran yang layak sehingga mengakibatkan pindahnya nelayan untuk memasarkan hasil tangkapannya. Pasar dan infrastuktur merupakan daya dukung yang menjadi syarat utama dalam menentukan kelanjutan produksi.

Proses pemasaran ikan kerapu sunu dari nelayan hingga ke konsumen melalui beberapa lembaga pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran maka harga yang diperoleh konsumen akhir akan semakin tinggi. Saluran pemasaran yang sangat panjang mulai dari nelayan, pengumpul, pengecer, sampai ke konsumen sehingga membuat harga berfluktuasi dan sistem rantai pemasaran tidak efisien. Adapun fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga akan mempengaruhi biaya pemasaran, margin pemasaran, hingga keuntungan yang diperoleh dari setiap lembaga. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian terkait distribusi antar lembaga pemasaran ikan kerapu sunu agar tercapainya efisiensi pemasaran ikan kerapu di PPI Paotere Kota Makassar.

Secara sistematis kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2 . Kerangka pikir**