



Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tuna Di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kasiwa Kabupaten Mamuju

Efficiency of Tuna Marketing Channels at Kasiwa Fishing Port, Mamuju Regency, West Sulawesi

Femiliani Novitasari^{1*}, Rahmat Frans Musa¹, Kamaruddin¹

¹Program Studi Teknologi hasil perikanan, Universitas Muhammadiyah Mamuju

*Koresponden Author : Femiunhas11@gmail.com

Copyright ©2026, Authors. Published by the Fisheries Science Study Program, Faculty of Science and Technology, Muhammadiyah University of Sidenreng Rappang.

Article Info: Received: March 13, 2026; Revised: March 31, 2026; Accepted: April 16, 2026;

Published: April 25, 2026.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola distribusi, margin pemasaran, keuntungan, dan efisiensi saluran pemasaran ikan tuna di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kasiwa, Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat. Metode yang digunakan adalah deskriptif survei dengan teknik purposive sampling terhadap 40 responden yang terdiri dari nelayan, pedagang distributor, pedagang pasar pelabuhan, dan pedagang eceran. Data dianalisis menggunakan rumus margin pemasaran, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran (Eps), dan farmer's share. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 6 pola saluran pemasaran: 2 pola untuk ikan tuna dan 4 pola untuk baby tuna. Pada ikan tuna, Saluran I (Nelayan → Pedagang Distributor) menghasilkan margin Rp17.000/kg dengan EPS 2,5% dan fisherman's share 88%, sedangkan Saluran II (Nelayan → Pedagang Pasar Pelabuhan) memiliki margin Rp10.000/kg dengan EPS 0,12% dan fisherman's share 60%. Pada baby tuna, Saluran I memiliki fisherman's share tertinggi (45%) dan paling efisien, sedangkan saluran terpanjang (Saluran II dan IV) menghasilkan fisherman's share terendah (33%). Secara keseluruhan, saluran pemasaran di PPI Kasiwa tergolong efisien karena nilai EPS di semua saluran berada di bawah 5%. Temuan ini mengimplikasikan perlunya kebijakan yang mendorong penguatan saluran pemasaran pendek, peningkatan akses nelayan terhadap pedagang distributor secara langsung, serta pengembangan infrastruktur pemasaran di PPI Kasiwa guna memaksimalkan bagian harga yang diterima nelayan dan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha perikanan tangkap di Sulawesi Barat.

Kata kunci: distribusi, efisiensi pemasaran, ikan tuna, margin pemasaran, PPI Kasiwa

Abstract

This study aims to analyze the distribution patterns, marketing margins, profits, and efficiency of the tuna marketing channel at the Kasiwa Fish Landing Site (PPI) in Mamuju Regency, West Sulawesi. The method used was a descriptive survey employing purposive sampling of 40 respondents, consisting of fishermen, distributors, port market vendors, and retail vendors. Data were analyzed using formulas for marketing margin, marketing profit, marketing efficiency (EPS), and the fisherman's share. The results indicate six marketing channel patterns: two for tuna and four for baby tuna. For tuna, Channel I (Fishermen → Distributors) generated a margin of Rp17,000/kg with an EPS of 2.5% and a fisherman's share of 88%, while Channel II (Fishermen → Port Market Vendors) had a margin of Rp10,000/kg with an EPS of 0.12% and a fisherman's share of 60%. For baby tuna, Channel I has the highest fisherman's share (45%) and is the most efficient, while the longest channels (Channels II and IV) yield the lowest fisherman's share (33%). Overall, the marketing channels at PPI Kasiwa are considered efficient because the EPS values in all channels are below 5%. These findings imply the need for policies that encourage the strengthening of short marketing channels, increased direct access for fishermen to distributor traders, and the development of marketing infrastructure at PPI Kasiwa to maximize the share of the price received by fishermen.

Keywords: distribution, marketing efficiency, tuna, marketing margin, Kasiwa PPI



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi sumber daya perikanan sangat besar. Jumlah tangkapan yang diizinkan (JTB) perikanan laut Indonesia mencapai 5,12 juta ton per tahun, mencakup ikan pelagis besar, pelagis kecil, demersal, dan berbagai komoditas lainnya (KKP, 2021). Sektor perikanan memegang peranan penting sebagai penyedia lapangan kerja dan pendorong pertumbuhan ekonomi regional di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Ikan tuna merupakan salah satu komoditas perikanan bernilai ekonomi tinggi, baik di pasar domestik maupun internasional. Indonesia adalah salah satu negara produsen tuna terbesar di dunia dengan kontribusi signifikan terhadap total produksi tuna global (FAO, 2022). Spesies utama yang diperdagangkan meliputi *Thunnus albacares* (*yellowfin tuna*) dan *Thunnus obesus* (*bigeye tuna*), yang memiliki kandungan protein tinggi, asam lemak omega-3, serta permintaan global yang terus meningkat. Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat, memiliki garis pantai sepanjang 415 km dengan potensi perikanan yang signifikan. Pada tahun 2022, produksi perikanan laut di kabupaten ini mencapai 20.250,34 ton dengan nilai Rp755,4 miliar (KKP, 2022). Sebagai daerah pesisir, Mamuju berpotensi besar dalam perikanan tangkap, khususnya tuna yang bernilai ekonomi tinggi. Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kasiwa, yang dibangun pada tahun 2005 dan beroperasi sejak 2007, merupakan satu-satunya PPI aktif di Kabupaten Mamuju (DKP Sulbar, 2023). PPI ini berfungsi sebagai pusat pendaratan, penanganan, dan distribusi hasil tangkapan nelayan, termasuk tuna dari perairan Selat Makassar. Infrastruktur yang tersedia, seperti tempat pelelangan, fasilitas penyimpanan dingin, serta akses distribusi darat dan laut, mendukung kualitas dan nilai jual ikan tuna hingga ke pasar regional dan ekspor (Ardiansyah, 2022). Ketimpangan harga antara tingkat nelayan dan konsumen akhir mengindikasikan kemungkinan inefisiensi dalam rantai distribusi. Posisi tawar nelayan yang lemah menyebabkan sebagian besar keuntungan berpindah ke tangan perantara. Penelitian mengenai struktur distribusi dan margin pemasaran ikan tuna di PPI Kasiwa diperlukan untuk memberikan gambaran yang akurat bagi perumusan kebijakan yang berpihak pada nelayan lokal. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pola distribusi ikan tuna di PPI Kasiwa; (2) menghitung margin pemasaran yang diterima setiap pelaku pemasaran; (3) menganalisis keuntungan pemasaran; dan (4) mengevaluasi efisiensi saluran pemasaran ikan tuna di PPI Kasiwa, Kabupaten Mamuju.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli- September 2025 di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kasiwa, Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa PPI Kasiwa merupakan satu-satunya PPI aktif di Kabupaten Mamuju.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan metode deskriptif survei. Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur menggunakan kuesioner kepada 40 responden yang terdiri dari 15 nelayan, 10 pedagang distributor/pengumpul, 8 pedagang pasar pelabuhan, 5 pegawai TPI, dan 2 pedagang eceran/keliling. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung responden dalam rantai pemasaran ikan tuna di PPI Kasiwa. Data sekunder diperoleh dari PPI Kasiwa, Dinas Kelautan dan Perikanan Sulawesi Barat, serta jurnal ilmiah yang relevan.

3. Analisis Data

Data dianalisis menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

- (1) Margin Pemasaran: $MP = Pr - Pf$
- (2) Persentase Margin: $\%M = (Mp / He) \times 100\%$
- (3) Keuntungan Pemasaran: $\pi = (Pj - Pb) - Cp$
- (4) Efisiensi Pemasaran: $Eps = (Bp / He) \times 100\%$
- (5) Farmer's Share: $Fs = (Pf / Pr) \times 100\%$

Keterangan: MP = margin pemasaran; Pr = harga di tingkat konsumen; Pf = harga di tingkat nelayan; He = harga eceran; Mp = margin pemasaran; Pj = harga jual; Pb = harga beli; Cp = biaya pemasaran; Bp = biaya pemasaran; Fs = farmer's share. Kriteria efisiensi: $Eps < 5\%$ = efisien; $Fs > 50\%$ = efisien (Soekartawi, 2002; Maisyaroh et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Mamuju terletak di Provinsi Sulawesi Barat pada koordinat $0^{\circ}45'-2^{\circ}55'$ Lintang Selatan dan $119^{\circ}45'-119^{\circ}50'$ Bujur Timur, dengan luas wilayah 505.619 ha yang secara administratif terbagi menjadi 11 kecamatan. Mamuju berfungsi sebagai pusat pemerintahan sekaligus ibu kota Kabupaten Mamuju dan Provinsi Sulawesi Barat sebagaimana ditetapkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2004 tentang Pembentukan Provinsi Sulawesi Barat (BPS Kabupaten Mamuju, 2022). Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Kasiwa terletak di Kecamatan Mamuju, yang merupakan pusat pemerintahan sekaligus ibu kota Kabupaten Mamuju dan Provinsi Sulawesi Barat. PPI ini dibangun pada tahun 2005 dan mulai beroperasi pada tahun 2007, berfungsi sebagai infrastruktur utama kegiatan perikanan tangkap di wilayah tersebut. PPI Kasiwa mengoperasikan armada kapal sebanyak 67 unit dengan ukuran 9–28 Gross Tonnage (GT), di mana mayoritas armada menggunakan alat tangkap purse seine sebagai metode penangkapan utama (BPS Kabupaten Mamuju, 2022). Pada bulan Januari 2021, wilayah Mamuju dan Majene diguncang gempa bumi berkekuatan signifikan yang mengakibatkan kerusakan infrastruktur secara luas. Pelabuhan Mamuju ditutup sementara akibat retakan pada trestle serta kerusakan area parkir dan ruang tunggu, sementara

jalur nasional Majene–Mamuju mengalami 73 titik longsor, termasuk empat longsor besar yang memutus akses distribusi utama (Ditjen Bina Marga PUPR, 2021). Gangguan pasokan listrik yang menyertai bencana tersebut turut mengganggu operasional rantai dingin (cold chain), sehingga meningkatkan risiko penurunan mutu ikan hasil tangkapan. Kondisi ini menyebabkan biaya distribusi meningkat secara signifikan akibat bertambahnya waktu tempuh, keharusan menggunakan rute memutar, serta kenaikan biaya bahan bakar dan tenaga kerja. Keterlambatan pengiriman ke pasar-pasar utama di Makassar dan Kalimantan Timur berdampak pada penurunan harga jual ikan dan berkurangnya pendapatan nelayan (Tempo.co, 2021; CNBC Indonesia, 2021). Pasca bencana, perbaikan prasarana pelabuhan dan infrastruktur pendukung terus dilakukan secara bertahap hingga saat ini.

Hasil tangkapan di PPI Kasiwa didominasi oleh ikan pelagis, meliputi tuna, tongkol, kembung, dan layang. Total produksi perikanan tangkap Kabupaten Mamuju pada tahun 2020 mencapai 20.786 ton, dengan sebagian besar didaratkan melalui PPI Kasiwa (BPS Provinsi Sulawesi Barat, 2021). Komoditas tuna yang dominan didaratkan adalah tuna sirip kuning (*Thunnus albacares*), yang dapat diidentifikasi melalui ciri-ciri morfologis berupa finlet berwarna kuning terang, sirip ekor bercagak berbentuk huruf V, serta bercak putus-putus pada bagian perutnya (Collette & Nauen, 1983).

2. Karakteristik Responden

Responden penelitian berjumlah 40 orang, terdiri dari nelayan, pegawai TPI, pedagang distributor, pedagang pasar pelabuhan, dan pedagang eceran. Mayoritas responden berusia produktif 36–45 tahun (42%). Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi laki-laki (87,5%). Dari segi pendidikan, sebagian besar hanya menempuh pendidikan SMP (45%) dan SMA (37,5%), yang mencerminkan rendahnya tingkat pendidikan formal di kalangan pelaku usaha perikanan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase
1	16 – 25	5	13%
2	26 – 35	8	20%
3	36 – 45	17	42%
4	46 – 55	10	25%
	Jumlah	40	100%

3. Bentuk Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat empat pelaku utama dalam rantai pemasaran ikan tuna di PPI Kasiwa, yaitu: (1) nelayan sebagai produsen; (2) pedagang distributor/pengumpul yang mendistribusikan ikan ke luar daerah; (3) pedagang pasar pelabuhan yang menjual ikan di TPI sekitar PPI; dan (4) pedagang eceran/keliling yang menjual langsung ke konsumen rumah tangga. Dari hasil

penelitian, ditemukan 6 pola saluran pemasaran, yaitu 2 pola untuk ikan tuna dan 4 pola untuk baby tuna, sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1. Saluran I Tuna : Nelayan → Pedagang Distributor → Konsumen
2. Saluran II Tuna : Nelayan → Pedagang Pasar Pelabuhan → Konsumen
3. Saluran I Baby Tuna : Nelayan → Pedagang Distributor → Konsumen
4. Saluran II Baby Tuna : Nelayan → Pedagang Distributor → Pedagang Eceran → Kons.
5. Saluran III Baby Tuna : Nelayan → Pedagang Pasar Pelabuhan → Konsumen
6. Saluran IV Baby Tuna : Nelayan → Pedagang Pasar Pelabuhan → Pedagang Eceran → Kons.

Pola distribusi yang cenderung singkat ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran di PPI Kasiwa berlangsung secara efisien karena rantai distribusi tidak melibatkan terlalu banyak perantara. Pedagang distributor mendistribusikan ikan ke beberapa daerah seperti Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, dan Kalimantan, sedangkan pedagang pasar pelabuhan melayani konsumen lokal di sekitar PPI Kasiwa.

4. Harga Produk

Harga produk perikanan di PPI Kasiwa menunjukkan variasi yang mencolok pada setiap tahap rantai pemasaran. Di tingkat nelayan, harga ikan tuna adalah Rp15.000/kg dan baby tuna Rp7.000/kg. Ketika berpindah ke pedagang distributor, harga tuna melonjak menjadi Rp32.000/kg (kenaikan 113%), sedangkan baby tuna menjadi Rp15.500/kg (kenaikan 121%). Kenaikan ini dipengaruhi oleh biaya penyimpanan, transportasi, dan margin keuntungan distributor. Perbedaan harga pada setiap saluran mencerminkan segmen konsumen yang berbeda. Harga tuna melalui pedagang distributor (Rp32.000/kg) ditujukan untuk konsumen luar daerah yang membutuhkan jasa pendinginan dan transportasi jarak jauh, sementara harga melalui pedagang pasar pelabuhan (Rp25.000/kg) melayani konsumen lokal yang membeli langsung di lokasi. Demikian pula, harga baby tuna bervariasi antar saluran: Rp15.500/kg di tingkat distributor, Rp20.000/kg di pedagang pasar pelabuhan, dan Rp21.000/kg di pedagang eceran/keliling — mencerminkan penambahan biaya dan fungsi pemasaran yang berbeda-beda pada masing-masing jalur distribusi yang berjalan secara paralel, bukan berurutan.

Tabel 2. Harga Produk Ikan Tuna dan Baby Tuna pada Setiap Lembaga Pemasaran

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Tuna (Rp/Kg)	Harga Baby Tuna (Rp/Kg)
1	Nelayan	15.000	7.000
2	Pedagang Distributor/Pengumpul	32.000	15.500
3	Pedagang Pasar Pelabuhan	25.000	20.000
4	Pedagang Eceran/Keliling	-	21.000

5. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran bervariasi antar lembaga sesuai dengan fungsi dan jarak distribusi yang dijalankan. Pedagang distributor menanggung biaya tertinggi sebesar Rp8.000/kg yang mencakup transportasi (Rp5.000) dan balok es (Rp3.000). Pedagang pasar pelabuhan hanya mengeluarkan Rp3.000/kg untuk balok es karena lokasinya yang bersebelahan dengan PPI sehingga tidak membutuhkan biaya transportasi. Pedagang eceran/keliling mengeluarkan Rp3.000/kg yang terdiri dari transportasi Rp2.000 dan balok es Rp1.000. Sementara itu, biaya pemasaran mencakup semua bentuk pengeluaran yang diperlukan untuk mendistribusikan barang dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir, atau dapat pula diartikan sebagai segala biaya yang timbul dalam kegiatan pemasaran suatu produk (Fajarini, 2021).

Tabel 3. Biaya Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran

Lembaga Pemasaran	Transportasi (Rp/Kg)	Balok Es (Rp/Kg)	Total (Rp/Kg)
Pedagang Distributor	5.000	3.000	8.000
Pedagang Pasar Pelabuhan	0	3.000	3.000
Pedagang Eceran/Keliling	2.000	1.000	3.000

6. Margin dan Keuntungan Pemasaran

Hasil perhitungan margin dan keuntungan pemasaran ikan tuna menunjukkan bahwa Saluran I menghasilkan margin Rp17.000/kg dengan keuntungan bersih Rp24.000/kg bagi pedagang distributor. Pada Saluran II, margin lebih rendah yakni Rp10.000/kg dengan keuntungan bersih Rp22.000/kg bagi pedagang pasar pelabuhan. Tingginya keuntungan pada pedagang distributor terkait dengan biaya distribusi yang lebih besar dan jangkauan pasar yang lebih luas, termasuk distribusi ke luar Sulawesi Barat.

Pada ikan baby tuna, Saluran I menghasilkan margin Rp8.500/kg, sedangkan saluran terpanjang (Saluran IV: Nelayan → Pedagang Pasar Pelabuhan → Pedagang Eceran) menghasilkan total margin Rp14.000/kg yang terdistribusi di antara tiga lembaga pemasaran. Semakin panjang rantai distribusi, semakin besar akumulasi margin, namun distribusi keuntungan cenderung tidak merata. Efisiensi tertinggi dalam pemasaran tuna umumnya terdapat pada saluran dengan margin besar, biaya rendah, dan keuntungan bersih yang proporsional, khususnya pada pedagang eceran atau pasar pelabuhan dengan akses langsung ke konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian di Pelabuhan Ikan Malang yang menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek mampu menghasilkan margin yang menguntungkan sekaligus menekan biaya pemasaran, sehingga memberikan farmer's share lebih tinggi (Andriawan, 2022). Hasil serupa ditemukan di Banjarmasin, di mana pedagang eceran dengan akses langsung ke konsumen dinilai lebih efisien dibandingkan saluran dengan banyak perantara (Fitriyani, 2024). Penelitian lain di Ujong Baroh, Aceh, juga

menegaskan bahwa pemasaran langsung melalui pasar pelabuhan memberikan proporsi keuntungan yang lebih besar bagi pedagang kecil karena biaya distribusi relatif rendah (Khairiah 2024). Sementara itu, studi khusus pada pemasaran tuna di Maluku memperlihatkan bahwa pengelolaan rantai dingin dan pemangkasan jalur distribusi mampu meningkatkan efisiensi dengan menjaga kualitas produk serta menurunkan biaya operasional (Aryani, 2024).

Tabel 4. Margin dan Keuntungan Pemasaran Ikan Tuna

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Net Margin (Rp/Kg)
Ikan Tuna - Saluran I					
1	Nelayan	-	15.000	-	15.000
2	Pedagang Distributor	15.000	32.000	17.000	24.000
Ikan Tuna - Saluran II					
1	Nelayan	-	15.000	-	12.000
2	Pedagang Pasar Pelabuhan	15.000	25.000	10.000	22.000

7. Efisiensi Pemasaran

Hasil analisis efisiensi pemasaran ikan tuna menunjukkan bahwa seluruh saluran pemasaran di PPI Kasiwa tergolong efisien karena nilai EPS berada di bawah 5%. Pada Saluran I (distributor), EPS di tingkat nelayan adalah 0,2% dan di tingkat distributor 2,5%, dengan fisherman's share sebesar 88%. Pada Saluran II (pasar pelabuhan), EPS hanya 0,12% dengan fisherman's share 60%. Saluran I lebih menguntungkan nelayan karena menghasilkan fisherman's share lebih tinggi meskipun biaya pemasaran distributor lebih besar.

Tabel 5. Efisiensi Pemasaran Ikan Tuna

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Produk (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	EPS (%)	Fisherman's Share (%)
Saluran I					
1	Nelayan	15.000	3.000	20	46,88
2	Pedagang Distributor	32.000	8.000	25	-
Saluran II					
1	Nelayan	15.000	3.000	20	60
2	Pedagang Pasar Pelabuhan	25.000	3.000	12	-

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Ikan Baby Tuna

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Produk (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	EPS (%)	Fisherman's Share (%)
Saluran I (Nelayan → Distributor → Konsumen)					
1	Nelayan	7.000	3.000	42	45,16
2	Pedagang Distributor	15.500	8.000	51	-
Saluran II (Nelayan → Distributor → Eceran → Konsumen)					
1	Nelayan	7.000	3.000	42	33,33
2	Pedagang Distributor	15.500	8.000	51	-
3	Pedagang Eceran	21.000	3.000	14	-
Saluran III (Nelayan → Pasar Pelabuhan → Konsumen)					
1	Nelayan	7.000	3.000	42	35
2	Pedagang Pasar Pelabuhan	20.000	3.000	15	-
Saluran IV (Nelayan → Pasar Pelabuhan → Eceran → Konsumen)					
1	Nelayan	7.000	3.000	42	33
2	Pedagang Pasar Pelabuhan	20.000	3.000	15	-
3	Pedagang Eceran	21.000	3.000	14	-

Berdasarkan hasil perhitungan nilai EPS pada setiap pelaku pemasaran menunjukkan angka yang relatif tinggi. Pada tingkat nelayan, nilai EPS untuk ikan tuna berada pada angka 20%, sedangkan pada baby tuna bahkan mencapai 42,86%. Angka ini menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran cukup besar dibandingkan dengan harga produk yang diterima. Kondisi ini secara tidak langsung menggambarkan bahwa kegiatan pemasaran di tingkat awal rantai distribusi masih belum berjalan secara optimal. Pada tingkat pedagang, baik distributor, pedagang pasar pelabuhan, maupun pengecer, nilai EPS juga masih tergolong tinggi meskipun terdapat variasi antar pelaku. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahapan dalam saluran pemasaran memberikan tambahan biaya yang pada akhirnya akan memengaruhi harga produk di tingkat konsumen. Semakin banyak pelaku yang terlibat, maka semakin besar pula akumulasi biaya pemasaran yang terjadi.

Ketika efisiensi dianalisis pada tingkat saluran pemasaran secara keseluruhan, terlihat bahwa total biaya pemasaran yang terbentuk dari setiap lembaga menghasilkan nilai EPS yang cukup besar. Pada komoditas ikan tuna, nilai EPS saluran berada pada kisaran 24% hingga 34%, sedangkan pada baby tuna nilainya bahkan mencapai lebih dari 70% pada saluran tertentu. Angka ini menunjukkan

bahwa proporsi biaya pemasaran terhadap harga akhir produk masih sangat tinggi. Fenomena ini sejalan dengan temuan penelitian terbaru yang menyatakan bahwa efisiensi pemasaran sangat dipengaruhi oleh struktur rantai nilai dan jumlah pelaku yang terlibat dalam distribusi produk. Studi oleh Etty Puji Lestari dkk. (2024) menunjukkan bahwa inefisiensi dalam sistem pemasaran dapat terjadi akibat belum optimalnya pemanfaatan sumber daya dan tingginya biaya distribusi dalam rantai pemasaran. Selain itu, Fatmawati (2025) juga menegaskan bahwa panjangnya saluran distribusi serta kurangnya integrasi antar pelaku menjadi faktor utama yang meningkatkan biaya pemasaran dan menurunkan efisiensi sistem secara keseluruhan .

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Terdapat 6 pola saluran pemasaran ikan tuna di PPI Kasiwa, yaitu 2 pola untuk ikan tuna dan 4 pola untuk baby tuna. (2) Margin pemasaran ikan tuna Saluran I sebesar Rp17.000/kg dengan keuntungan bersih distributor Rp9.000/kg, sedangkan Saluran II memiliki margin Rp10.000/kg. (3) Biaya pemasaran tertinggi ditanggung pedagang distributor Rp8.000/kg, terutama pada komponen biaya transportasi dan es, sedangkan pedagang pasar pelabuhan memiliki biaya terendah Rp3.000/kg. (4) Seluruh saluran pemasaran ikan tuna tergolong efisien dengan nilai EPS < 5%. Saluran I memiliki fisherman's share tertinggi sebesar 46,9%, diikuti Saluran II. Pada baby tuna, Saluran I paling efisien dengan *fisherman's share* 45%, sedangkan saluran paling panjang (Saluran II dan IV) menghasilkan *fisherman's share* terendah (33%).

2. Saran

- 1) Biaya pemasaran distributor, khususnya pada komponen transportasi dan pembelian es, merupakan komponen terbesar yang menekan keuntungan nelayan. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu menyediakan fasilitas cold storage dan pasokan es bersubsidi di lingkungan PPI Kasiwa agar distributor tidak perlu menanggung biaya pengadaan es secara mandiri dengan harga tinggi.
- 2) Pemerintah daerah perlu mendorong penguatan kelembagaan nelayan melalui pembentukan koperasi perikanan yang dapat memfasilitasi akses langsung ke pedagang besar atau konsumen akhir, sehingga nelayan tidak selalu bergantung pada saluran pemasaran yang panjang yang menghasilkan *fisherman's share* rendah.
- 3) Peningkatan akses informasi harga pasar bagi nelayan perlu difasilitasi, misalnya melalui papan informasi harga harian di PPI atau sistem informasi berbasis digital, agar nelayan dapat bernegosiasi harga secara lebih setara dengan lembaga pemasaran.
- 4) Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi pilihan



saluran pemasaran oleh nelayan dan pedagang, serta melakukan analisis biaya produksi di tingkat nelayan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang tingkat kesejahteraan nelayan dalam rantai pemasaran ikan tuna di PPI Kasiwa.

DAFTAR PUSTAKA

- [DKP] Dinas Kelautan dan Perikanan. 2023. Laporan Produksi Perikanan Provinsi Sulawesi Barat 2021–2023.
- Adhawati, S.S., Fakhriyyah, S., & Suwarni. 2019. Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus: Produk Tuna Nut Cookies. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol 3. No.1 : 61-69. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Andriawan, S., Ivony, R.A and Hermawan, D, 2022. Analisis Rantai pemasaran ikan tuna sirip kuning di PPP Pondok Dadap Sendang Biru, Malang Selatan. *Jurnal Acta Aquatic Sciences*. Vol. 9. No. 3. Hal. 149 -154. https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/18992/1/Andriawan%20Apriliaa%20Hermawan_fisherman's%20share%20Ikan%20tuna%20margin%20rantai.pdf
- Ardiansyah, M. 2022. Analisis pemanfaatan fasilitas pangkalan pendaratan ikan Kasiwa Kabupaten Mamuju, Provinsi Sulawesi Barat. *Journal of Indonesia Tropical Fisheries*. Vol. 5 No. 1. Hal 62-72. <https://ui.adsabs.harvard.edu/abs/2022JITKT...5...62A/abstract>
- Aryani, F., & Rosiana, N. (2024). Analisis Pemasaran dalam Rangka Peningkatan Efisiensi Pasar Ikan Tangkap. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 9(1), 45–53. DOI: <https://doi.org/10.37149/jimdp.v9i1.755>.
- Etty Puji Lestari, E. P., Prajanti, S. D. W., Adzim, F., Mubarok, F., & Hakim, A. R. (2024). Assessing Production and Marketing Efficiency of Organic Horticultural Commodities. *Economies*, 12(4), 90. https://www.mdpi.com/2227-7099/12/4/90?utm_source
- Fajarini, k and Nursanti, W, 2021. Pengaruh biaya Overhead Pabrik dan biaya Pemasaran terhadap penjualan (Studi Kasus pada PT. kedawung setia Industrial Tbk Tahun 2001-2016). *Jurnal Akuntansi FE-UB*. Vol 15, No. 02. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/919/830>
- FAO. 2022. The State of World Fisheries and Aquaculture. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cc0461en>
- Fatmawaty, A. S., & Bura, S. T. (2025). Digital Transformation and Value Chain Efficiency in Agricultural Marketing. *Agricultural Power Journal*. [https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Fatmawaty%2C+A.+S.%2C+%26+Bura%2C+S.+T.+\(2025\).+Digital+Transformation+and+Value+Chain+Efficiency+in+Agricultural+Marketing.+Agricultural+Power+Journal&ie=UTF-8&oe=UTF-8](https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Fatmawaty%2C+A.+S.%2C+%26+Bura%2C+S.+T.+(2025).+Digital+Transformation+and+Value+Chain+Efficiency+in+Agricultural+Marketing.+Agricultural+Power+Journal&ie=UTF-8&oe=UTF-8)
- Febrianti. S.K and Rasmawati, 2024. Analisis biaya produksi dan pengelolaan persediaan pada perusahaan PT Noore sport Indonesia di Kota Bandung. *Jurnal Ekualisasi*. Volume 5 (2), 2024 : 35-43. <https://jurnal.stieganessa.ac.id/index.php/ekualisasi/article/view/48>
- Fitriyani. A, 2024. Preferensi Belanja Konsumen Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Banjarmasin (Studi Kasus Pasar Kuripan dan Minimarket). *JIEP : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. Vol. 7 No. 2. Hal. 543-553. <https://jiep.ulm.ac.id/index.php/jiep/article/view/369>
- Hidayat, R., Wiyono, E.S., Solihin, I., & Yusfiandayani, R. 2023. Pola distribusi dan efisiensi pemasaran ikan cakalang di PPI Dufa-Dufa Kota Ternate. *Jurnal Perikanan*. Vol. 7 No. 2 (2023). <https://journal.ipb.ac.id/index.php/pspalbacore/article/view/46169>



- ISSF. 2023. Status of the World Fisheries for Tuna: March 2023. ISSF Technical Report 2023-10. <https://www.issf-foundation.org/about-issf/what-we-publish/issf-documents/issf-2023-10-recommended-best-practices-for-fad-management-in-tropical-tuna-purse-seine-fisheries/>
- Januwiata, I.K., Dunia, I.K., & Indrayani, L. 2014. Analisis Saluran Pemasaran Usaha Tani Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. Vol. 5 (1). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/JASc/article/view/7516>
- Khairiah, S., & Mulyadi, M. (2024). Analisis Tingkat Keuntungan Pedagang Ikan di PPI Ujong Baroh Kabupaten Aceh Barat. Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 1. DOI: <https://doi.org/10.32672/jseb.v7i1.7406>
- KKP. 2021. Kelautan dan Perikanan dalam Angka 2021. Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- KKP. 2022. Statistik Perikanan Tangkap Kabupaten Mamuju 2022. Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Maisyaroh, N., Ismail, & Boesono, H. 2014. Analisis Pemasaran Hasil Tangkapan Lobster di TPI Se-Kabupaten Gunungkidul. Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology 3(3): 131–140. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jfrumt/article/view/5494>
- Mansyur, K. 2016. Analisis Pemasaran Ikan Bandeng di Kabupaten Luwu Timur. Skripsi. Universitas Hasanuddin, Makassar. https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/27228/2/L041181314_skripsi_27-03-2023%20dp.pdf
- Rimadani, H. 2019. Analisis Pemasaran Ikan Kerapu (*Epinephalus* sp) di Kota Makassar. Sosial Ekonomi Perikanan. Universitas Hasanuddin. https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/34617/2/L041201062_skripsi_27-02-2024%201-2.pdf
- Selan, D.M. & Nubatonis, A. 2016. Margin Pemasaran Ikan di Kecamatan Insana Utara Kabupaten Timor Tengah Utara. Agrimor 1(3): 63–64. <https://media.neliti.com/media/publications/237734-margin-pemasaran-ikan-di-kecamatan-insan-7a584b6a.pdf>
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian: Teori dan Aplikasinya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. https://lib.unidar.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3287&keywords=
- Yusup, R. & Ardy, M. 2021. Pola distribusi dan nilai margin pemasaran ikan tongkol yang didaratkan di PPN Pekalongan. Skripsi. Universitas Jenderal Soedirman. <https://repository.unsoed.ac.id/10932/>