

**SALURAN PEMASARAN DAN MUTU
IKAN TONGKOL (*Euthynnus affinis*) YANG DIDARATKAN
DI PELABUHAN PERIKANAN PANTAI LABUAN**

*(Marketing Chain and Quality of Mackerel Tuna (*Euthynnus affinis*) Landed at
Labuan Coastal Fishing Port)*

^{1*)} Dini Wahyuningsih, ¹²⁾ Ririn Irnawati, ¹⁾ Dini Surilayani

¹⁾ Jurusan Ilmu Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

²⁾ PUI PT Ketahanan Pangan, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Jakarta Km. 4 Pakupatan Serang Banten

^{*)} Korespondensi: diniwahyuningsih9@gmail.com

Diterima: 4 April 2019 / Disetujui: 19 Mei 2019

ABSTRAK

Produksi ikan tertinggi di PPP Labuan yaitu ikan tongkol mencapai 41,953 ton atau 22,1% dari total produksi. Ikan tongkol adalah ikan ekonomis penting namun juga merupakan komoditas yang mudah rusak, karena itu diperlukan pemasaran yang baik untuk menjaga kualitas mutunya. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan saluran pemasaran ikan tongkol yang didaratkan di PPP Labuan, menentukan margin pemasaran dari setiap pelaku pemasaran, serta menganalisis mutu ikan tongkol sejak ikan dibongkar hingga ke konsumen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2019 yang berlokasi di PPP Labuan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan melakukan observasi dan wawancara sebagai instrumen pengumpulan data. Metode yang digunakan untuk pengujian mutu ikan tongkol dilakukan secara sensorik (pengamatan secara visual) dengan parameter pengujian berupa kondisi mata, insang, tekstur daging dan bau dengan standar ikan segar menggunakan *score sheet* yang mengacu pada BSN. Pengecekan mutu ikan ini dilakukan pada setiap pelaku saluran pemasaran. Analisis data dilakukan secara deskriptif. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu terdapat empat tipe saluran pemasaran di PPP Labuan. Margin pemasaran tertinggi yaitu pedagang luar daerah pada saluran pemasaran keempat sebesar Rp. 5.000 dan margin terendah didapat oleh tengkulak saluran pemasaran kedua dan tengkulak saluran pemasaran ketiga sebesar Rp. 2.000. Semakin panjang saluran pemasaran, maka semakin turun mutu ikan tongkol.

Kata kunci: ikan tongkol, margin pemasaran, mutu, pemasaran

ABSTRACT

The highest fish production in Labuan Coastal Fishing Port (LCFP) is mackerel tuna which reached 41,953 ton (22.1%) of total production. Mackerel tuna is economical and perishable commodity. Therefore, it requires a good marketing chain to maintain its quality. The purpose of this research is to determine the marketing chain of mackerel tuna landed at LCFP; determine the marketing margins of each marketing agent; and analyze the quality of mackerel tuna from unloading ship to the consumer. This research was conducted in March-April 2019 at LCFP. This study used the survey method. While the methods used for quality testing of tuna are sensory (visual observations) or by organoleptic tests by parameters in the form of eye conditions, gills, meat and odor texture of fresh fish standards using a score sheet based on BSN. Checking the quality of fish is done at every marketing chain. Data analysis was carried out descriptively. The result show that there are four types of marketing chains in LCFP. The highest marketing margin obtained by outside trades (IDR 5,000 or 20%) on the fourth channel and the lowest margin sales obtained by main collectors on the second and third channels (IDR 2,000 or 8%). The longer the marketing chain, the lower the quality of mackerel tuna.

Keywords: *mackerel tuna, marketing chain, marketing margin, quality*

PENDAHULUAN

Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Labuan, merupakan salah satu pelabuhan perikanan pantai yang cukup berkembang dan memiliki potensi perikanan ikan di PPP Labuan pada tahun 2017 sebesar 189,575 ton. Ikan dengan produksi tertinggi di PPP Labuan yaitu ikan tongkol mencapai 41,953 ton dengan persentase 22,1% dari total produksi. Ikan tongkol merupakan jenis ikan ekonomis penting dengan jumlah ekspor kedua terbesar di Indonesia setelah udang. Volume ekspor ikan tongkol pada tahun 2017 mencapai 106.850 ton (DJPDSPKP 2018).

Ikan tongkol sama seperti ikan pada umumnya, merupakan komoditas yang mudah rusak (*highly perishable*). Oleh karena itu, perlu dilakukan proses penanganan ikan dengan baik dan benar agar proses kemunduran mutu ikan dapat dipertahankan. Proses mempertahankan mutu ikan berkaitan langsung dengan penanganan ikan, baik saat di kapal maupun di tempat pelelangan ikan (TPI).

Ikan segar dalam pemasarannya membutuhkan perhatian khusus. Permasalahan yang timbul dalam sistem pemasaran komoditi perikanan seringkali memiliki saluran pemasaran yang panjang sehingga banyak juga pelaku pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut. Semakin panjang saluran pemasaran maka akan berpengaruh terhadap turunnya mutu dari ikan tersebut karena waktu produk ikan sampai ke konsumen akan lebih lama. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan menentukan kualitas produk yang dipasarkan, margin dan efisiensi pemasaran (Arinong dan Kadir 2008). Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan saluran pemasaran ikan tongkol yang didaratkan di PPP Labuan, menentukan margin pemasaran dari setiap pelaku pemasaran, serta menganalisis mutu ikan tongkol sejak ikan dibongkar dari kapal hingga konsumen.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2019. Pengambilan data dilakukan di PPP Labuan di Desa Teluk Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Pengujian mutu ikan tongkol dilakukan dengan uji sensorik (dengan panca indera) dengan parameter pengujian berupa kondisi mata, insang, tekstur daging dan bau.

Metode Pengumpulan Data

Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara langsung dengan responden, sedangkan pengujian mutu ikan tongkol dilakukan berdasarkan *score sheet* menurut BSN (2013). Data sekunder yaitu berupa data produksi ikan yang didaratkan selama 2 tahun terakhir, data nilai produksi, jenis alat tangkap dan hasil tangkapan, daftar nama-nama pemilik dan jumlah kapal, dan pihak yang terlibat di sistem pemasaran, serta data mengenai gambaran umum tentang PPP Labuan. Selain itu, data sekunder diperoleh melalui bahan-bahan pustaka yang berhubungan dengan penelitian.

Pemasaran Ikan Tongkol di PPP Labuan

Kegiatan pemasaran ikan tongkol di PPP Labuan melibatkan nelayan dan tengkulak. Ikan tongkol yang didaratkan berasal dari kapal payang dan kapal *purse seine*. Penelitian juga difokuskan pada dua jenis kapal tersebut. Jumlah kapal payang di PPP Labuan sebanyak 35 unit, kapal *purse seine* 42 unit dan tengkulak sebanyak 39 orang. Dalam penelitian ini diambil responden sebanyak 4 nelayan payang, 5 nelayan *purse seine* dan 5 tengkulak. Pengambilan responden ini didasarkan pada aturan statistik bahwa pengambilan sampel 10% dari populasi dengan syarat sampel bersifat homogen. Teknik penentuan responden menggunakan metode *purposive sampling*.

Penentuan Mutu Ikan secara Sensorik

Data mengenai kondisi mutu ikan tongkol dilakukan secara uji mutu hedonik dengan uji organoleptik. Parameter dalam pengujian sensorik dengan melihat parameter keadaan mata, insang, tekstur daging dan bau. Jumlah sampel ikan tongkol yang digunakan untuk pengujian sebanyak 10% dari total ikan tongkol hasil tangkapan atau 10% dari ikan tongkol yang ada di setiap responden. Pengambilan sampel ikan tongkol dilakukan dengan metode acak (*random sampling*) dimana ikan sampel dapat mewakili setiap ukuran dan posisi ikan di dalam wadah ikan (bagian atas, tengah dan bawah). Ukuran sampel ikan yang digunakan berbeda-beda berdasarkan saluran pemasaran dengan kisaran sebagai berikut : saluran pemasaran pertama berkisar 167 g/ekor, saluran pemasaran kedua 125 g – 2,5 kg/ekor, saluran pemasaran ketiga 167 g/ekor, saluran pemasaran keempat 167 g – 3 kg/ekor. Pengamatan dilakukan dengan menyesuaikan keadaan organ tubuh ikan yang diamati dengan standar ikan segar menggunakan *score sheet* SNI 2729-2013 (BSN 2013), dengan parameter organ tubuh ikan yang

diamati meliputi keadaan mata, insang, tekstur daging dan bau. Hasil pengamatan berupa nilai uji organoleptik dengan skala 1-9. Semakin segar ikan maka skor akan semakin tinggi. Pengecekan mutu ikan ini dilakukan pada setiap pelaku saluran pemasaran.

Analisis Data

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dianalisis secara deskriptif. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan atau menggambarkan pola distribusi dan pemasaran komoditas ikan tongkol di PPP Labuan baik dalam bentuk gambar maupun tabel.

Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut: (Nurasa dan Valeriana 2007)

$$Mmi = Ps - Pb$$

Keterangan :

Mmi : Margin pemasaran pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Ps : Harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Pb : Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Mutu Ikan

Hasil data penilaian mutu ikan tongkol menggunakan *score sheet* kemudian ditabulasi dan dilanjutkan dengan penilaian mutu dengan membandingkan hasil penilaian dengan persyaratan yang ditetapkan dengan acuan BSN (2013). Hasil uji selanjutnya dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel atau grafik.

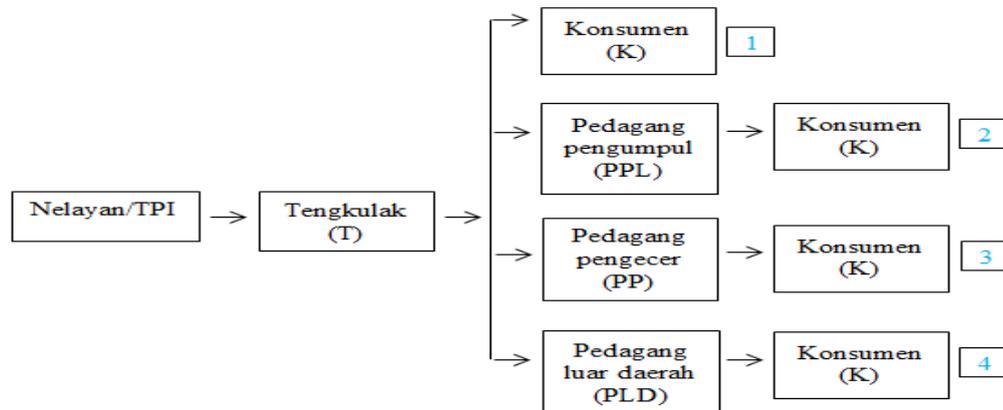
HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Ikan Tongkol di PPP Labuan

Hasil observasi di lapangan, saluran pemasaran ikan tongkol di PPP Labuan terdiri dari empat saluran pemasaran, Tipe saluran pertama, ketiga dan keempat ikan tongkol didaratkan oleh nelayan *purse seine*, sedangkan tipe saluran kedua ikan tongkol didaratkan oleh nelayan *purse seine* dan payang, seperti yang disajikan pada Gambar 1.

Jalur distribusi ikan tongkol di PPP Labuan termasuk dalam saluran distribusi tidak langsung yakni mendistribusikan melalui beberapa perantara diantaranya produsen (nelayan) - tengkulak- pedagang pengumpul- pedagang pengecer - konsumen. Kegiatan pemasaran akan berjalan dengan baik dan lancar apabila didukung oleh daya beli konsumen yang tinggi dan juga kegiatan pemasaran yang tepat. Namun sejauh ini saluran pemasaran ikan tongkol di PPP Labuan masih belum efisien, karena masih panjang dan banyaknya pedagang perantara dalam saluran distribusi yang terlibat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Nuriati (2017) bahwa kegiatan saluran pemasaran belum efisien itu karena kegiatan pemasaran tidak dilakukan oleh satu tangan tetapi dilakukan oleh

beberapa perantara, baik skala besar maupun skala kecil, sehingga membentuk mata saluran panjang.



Gambar 1. Saluran pemasaran ikan tongkol di PPP Labuan

Margin Pemasaran

Harga jual ikan tongkol hasil tangkapan nelayan payang dan *purse seine* di PPP Labuan masih sangat tergantung pada musim. Harga ikan tongkol rendah terjadi pada musim banyak dengan kisaran harga Rp. 20.000-23.000/kg. Harga tinggi terjadi pada musim paceklik yaitu berkisar Rp. 25.000-27.000/kg. Penelitian ini dilakukan pada saat musim biasa dengan kisaran harga ikan tongkol sebesar Rp. 25.000/kg. Rincian margin pemasaran ikan tongkol di PPP Labuan dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Margin pemasaran

Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Persentase
Saluran 1				
Nelayan		25.000		
Tengkulak	25.000	28.000	3.000	12%
Saluran 2				
Nelayan		25.000		
Tengkulak	25.000	27.000	2.000	8%
Pedagang pengumpul	27.000	30.000	3.000	11%
Saluran 3				
Nelayan		25.000		
Tengkulak	25.000	27.000	2.000	8%
Pedagang pengecer	27.000	32.000	5.000	18,5%
Saluran 4				
Nelayan		22.000		
Tengkulak	22.000	25.000	3.000	13,6%
Pedagang luar daerah	25.000	30.000	5.000	20%

*Margin pemasaran ikan tongkol musim biasa

Dilihat dari hasil perhitungan margin setiap pelaku pada keempat saluran pemasaran dapat dilihat bahwa, pelaku yang memperoleh margin lebih besar adalah pedagang pengecer pada saluran ketiga. Hal tersebut dikarenakan pedagang pengecer yang membeli ikan dengan jumlah yang sedikit dari

tengkulak, memungkinkan pedagang pengecer memilih ikan dengan kualitas bagus pada saat membeli ikan pada tengkulak sedangkan ikan dengan kualitas tidak bagus tidak akan dibeli oleh pedagang pengecer, selain itu pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran berupa es, transportasi dan biaya plastik.

Selain itu, pelaku yang memperoleh margin lebih besar yaitu pedagang luar daerah pada saluran keempat. Hal tersebut dikarenakan lokasi pedagang daerah yang jauh dari TPI memungkinkan pedagang luar daerah mengeluarkan biaya transportasi dan biaya pemasaran lainnya seperti es batu dan plastik. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan pedagang luar daerah untuk meningkatkan harga ikan saat dijual ke konsumen. Setiap pelaku pemasaran yang berbeda memiliki margin yang berbeda-beda pula. Faktor yang mempengaruhi nilai margin pemasaran yaitu biaya pemasaran yang

\meliputi biaya penyusutan, biaya perawatan, dan biaya operasional yang dikeluarkan oleh tiap pelaku pemasaran (Sari *et al.* 2016).

Mutu Ikan Tongkol

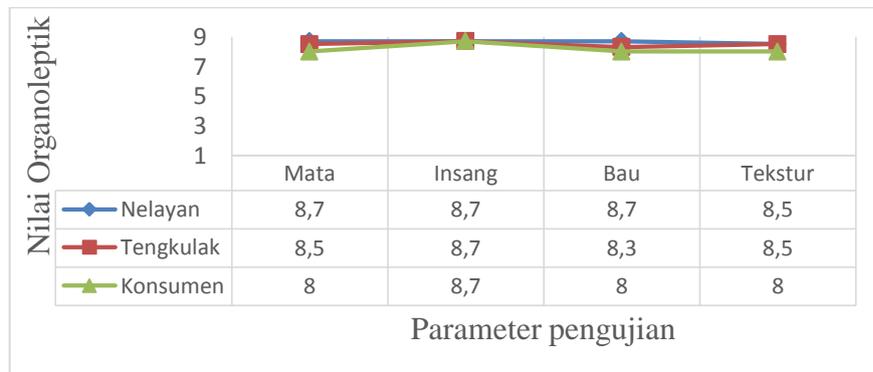
Ikan tongkol merupakan salah satu ikan pelagis yang dominan di PPP Labuan. Alat tangkap yang digunakan dalam menangkap ikan tongkol di PPP Labuan adalah *purse seine* dan payang. Setelah ikan tongkol tertangkap, nelayan akan mengangkat ikan dari air, kemudian melepaskan ikan dari alat tangkap. Biasanya ikan hasil tangkapan akan disimpan terlebih dahulu di geladak sebelum nantinya disortir dan dimasukkan dalam wadah blong dengan kapasitas 80 kg/ikan, selanjutnya akan diberi penanganan dengan penambahan air laut dan es batu secukupnya. Biasanya nelayan di PPP Labuan menambahkan es batu dengan perbandingan 1 blong ikan dengan setengah es balok. Tujuan utama penanganan yang dilakukan yaitu proses kemunduran mutu dari ikan tersebut diperhambat.

Penentuan mutu ikan tongkol di setiap pelaku pemasaran dilakukan secara subjektif (uji organoleptik) dengan parameter pengujian (mata, insang, bau dan tekstur). Pengujian ini dilakukan dengan mengikuti empat alur pemasaran, mulai dari saat kapal bongkar, serta proses pendistribusian hingga sampai ke tangan konsumen. Berbagai macam faktor mempengaruhi tingkat kesegaran dan kecepatan penurunan mutu ikan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor internal antara lain jenis dan kondisi biologis ikan, sedangkan faktor eksternal antara lain proses kematian, waktu, cara penanganan, dan fasilitas penanganan ikan (Metusalach *et al.* 2014).

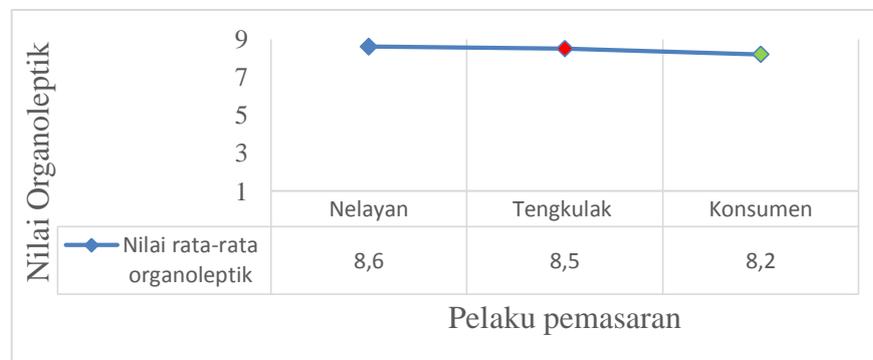
Penanganan selanjutnya pada saat di TPI. Biasanya ikan hasil tangkapan akan disimpan dalam blong saja tanpa dilakukan penanganan penambahan es. Selain itu jika ukuran ikan hasil tangkapan besar biasanya akan disimpan di lantai ataupun dipindahkan ke dalam wadah menggunakan keranjang oleh pihak TPI sampai proses lelang selesai.

Ikan hasil lelang diangkut langsung ke lapak penjualan ikan milik tengkulak dengan menggunakan gerobak. Proses selanjutnya yaitu dilakukan penimbangan dan penyimpanan dengan menggunakan wadah/bak plastik dengan ukuran \pm diameter 80 cm, dengan penambahan air laut untuk menjaga kualitas dari ikan tongkol. Menurut Nilawati (1995) *in* Hasibuan (2011) sebelum dijual, ikan tetap diberi es sehingga tidak terjadi peningkatan suhu. Hasil rata-rata uji organoleptik dengan parameter mata, insang, bau dan tekstur dan hasil rata-rata uji organoleptik

parameter keseluruhan pada saluran pertama disajikan dalam Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Nilai uji organoleptik pada saluran pertama



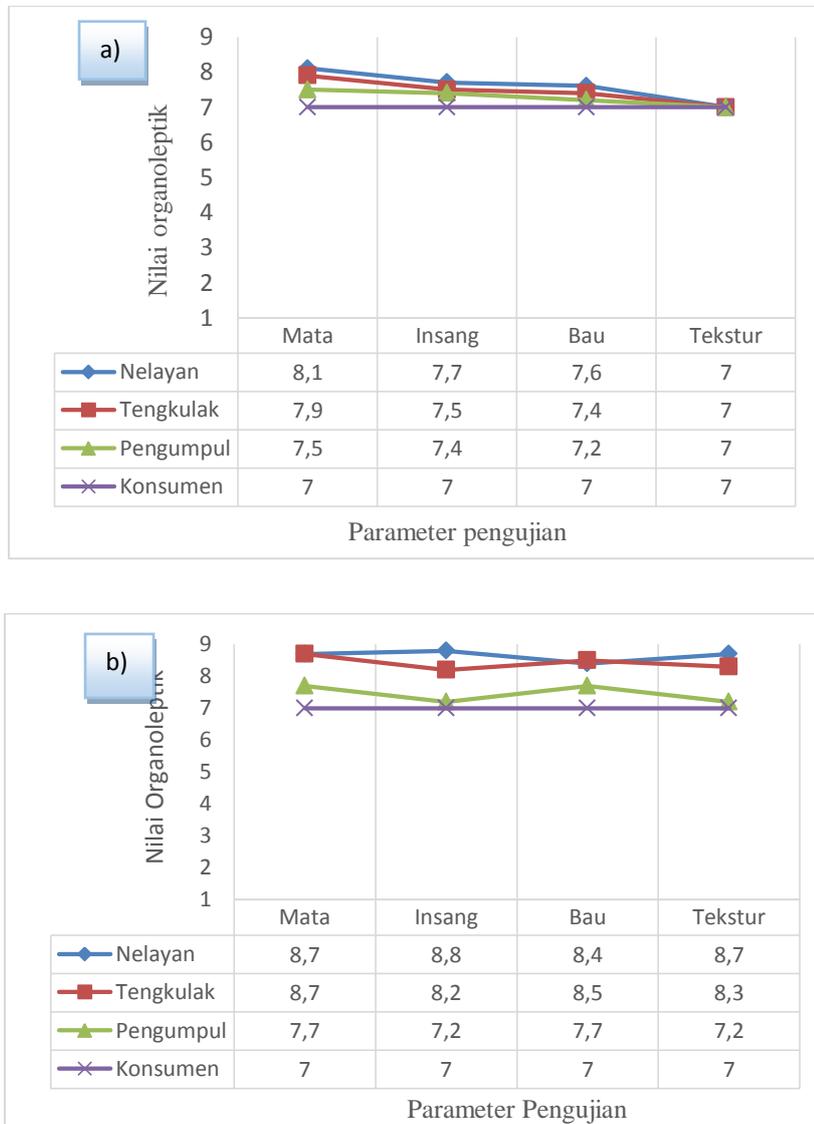
Gambar 3. Nilai uji parameter organoleptik seluruh saluran pemasaran

Kondisi mutu ikan tongkol pada saluran pemasaran ini masih dikatakan segar dengan nilai rata-rata parameter organoleptik keseluruhan di setiap pelaku pemasaran yaitu 8. Hal ini sesuai dengan SNI 2729:2013 bahwa syarat ikan segar yaitu memiliki nilai organoleptik minimal 7. Hal ini tentunya tidak terlepas dari penanganan pasca tangkap yang dilakukan oleh nelayan dengan tepat dan baik. Selain itu, waktu transit ikan tongkol pada saluran pemasaran ini tergolong sangat cepat yaitu sekitar 18 menit ikan dari nelayan sampai ke tangan konsumen dan tidak melibatkan banyak perantara. Hal ini juga diungkapkan oleh Wulandari (2007) bahwa adanya perantara agen dalam kegiatan distribusi akan berlangsung baik jika pendistribusian cepat yaitu waktu yang digunakan singkat.

Mutu Tongkol Pada Saluran Pemasaran Kedua

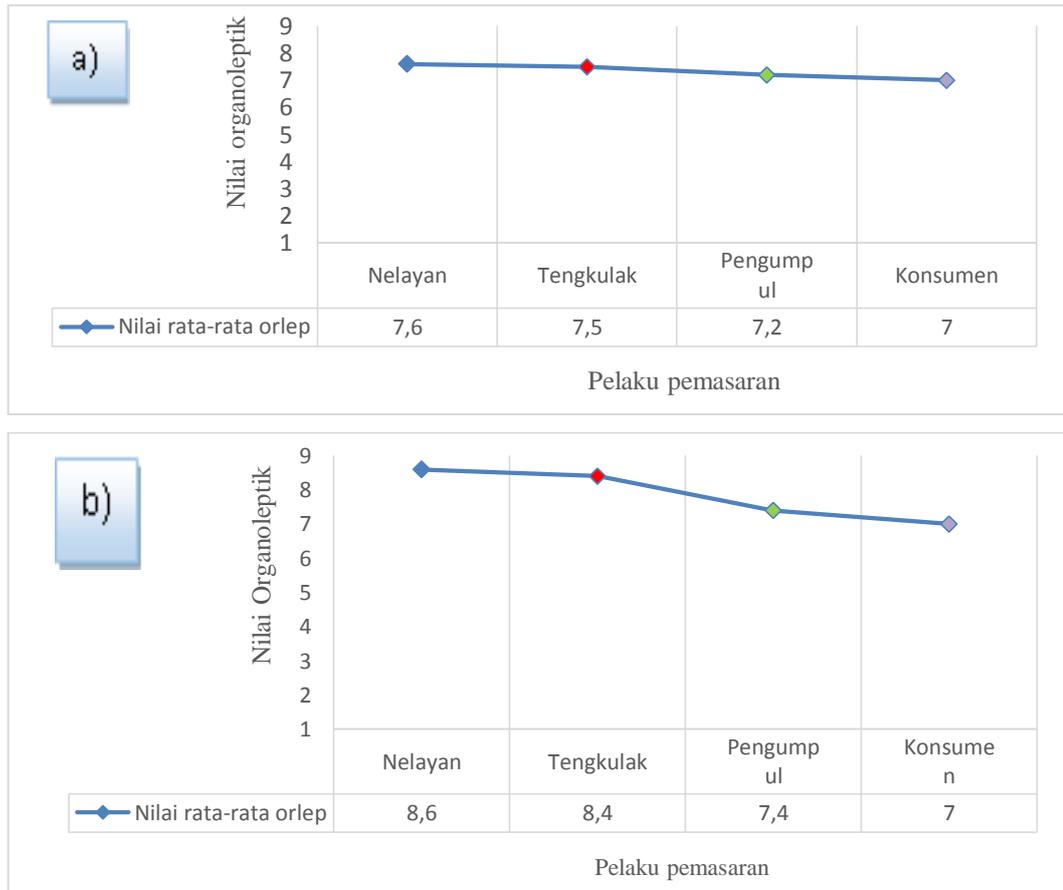
Saluran pemasaran ini terdapat dua sistem lelang, dimana pagi hari ikan didaratkan oleh nelayan *purse seine*. Nelayan payang biasanya mendaratkan hasil tangkapannya pada malam hari sekitar pukul 18:30 WIB. Penanganan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dengan sistem lelang pagi hanya memindahkan ikan dengan penambahan air laut saja. Pedagang pengumpul pada sistem lelang malam melakukan penanganan yang berbeda, yaitu dengan menggunakan wadah fiber atau blong dengan dilapisi plastik dan penambahan es balok berukuran sedang, karena pada sistem lelang malam akan mendistribusikan ikan ke konsumennya di pasar Labuan pada pagi hari. Menurut Moeljanto (1992)

menyatakan bahwa penggunaan es seharusnya dilakukan dengan menyelubungi ikan dengan hancuran es dan suhu ikan dipertahankan sampai sekitar 0°C selama proses penyimpanan. Hasil rata-rata uji organoleptik dengan parameter mata, insang, bau dan tekstur pada sistem lelang pagi dan malam disajikan dalam Gambar 4a dan Gambar 4b.



Gambar 4. Hasil nilai uji organoleptik pada saluran kedua, a) sistem lelang pagi, b) sistem lelang malam

Hasil uji organoleptik parameter mata, insang, bau dan tekstur di kedua sistem lelang menunjukkan bahwa terjadi penurunan di setiap pelaku pemasaran seiring dengan pendistribusian saluran pemasaran tapi tidak signifikan. Hasil rata-rata uji organoleptik parameter keseluruhan pada sistem lelang pagi dan malam disajikan dalam Gambar 5a dan Gambar 5b.



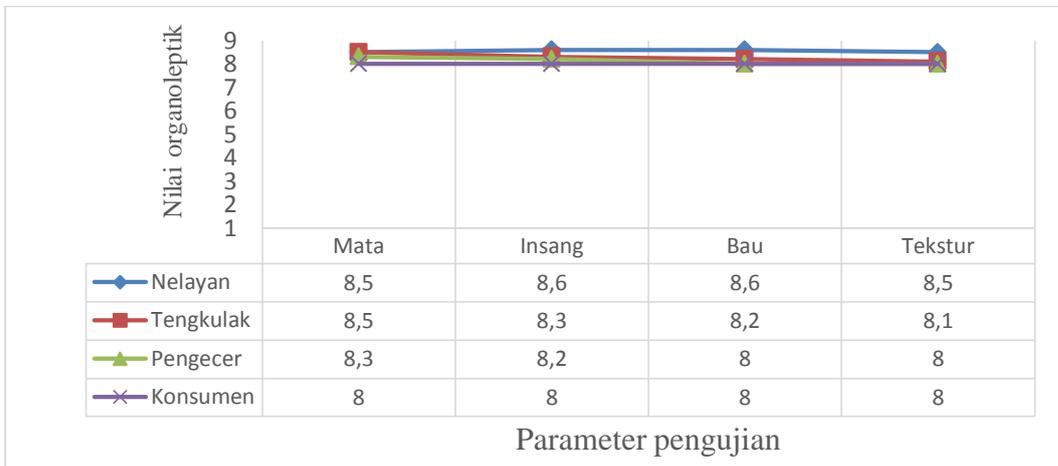
Gambar 5. Hasil nilai uji parameter organoleptik keseluruhan di setiap pelaku pemasaran, a) sistem lelang pagi, b) sistem lelang malam

Mutu ikan hasil tangkapan *purse seine* memiliki nilai 7 tapi masih dalam kategori segar. Mutu ikan hasil tangkapan payang memiliki nilai lebih tinggi yaitu 8. Kerusakan mutu ikan tongkol pada alat tangkap *purse seine* diduga menurun dari awal karena karena alat tangkap *purse seine* dalam satu kali operasi penangkapan dapat menangkap dalam jumlah banyak, sehingga ikan di dalam jaring tergecet satu sama lain. Menurut Akande dan Diei-Ouadi (2010) *in* Metusalach *et al.* (2014) menyatakan bahwa nelayan yang menggunakan *purse seine* dan gillnet mengalami tingkat kerusakan ikan yang lebih besar, karena alat tangkap dalam satu kali operasi penangkapan dapat menangkap berbagai jenis ikan dalam jumlah banyak yang memungkinkan ikan bertumpuk saling berdesakan mengakibatkan memar dan luka atau bahkan ikan menjadi rusak. Perbedaan sistem lelang siang dan malam hari juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemunduran mutu ikan. Suhu lingkungan yang rendah akan memperpanjang tingkat kesegaran ikan. (Wangsadinata 2009). Waktu yang dibutuhkan saat proses lelang di pagi hari dilakukan lebih lama yaitu sekitar 35 menit akibat menunggu pengangkutan hasil tangkapan nelayan lain. Waktu transit yang lama tanpa penerapan suhu rendah memberikan kesempatan berlangsungnya aktivitas enzimatik, biokimiawi dan bakteriologis yang lebih cepat. Bakteri tidak mampu tumbuh dengan baik pada suhu rendah, oleh karena itu salah satu usaha

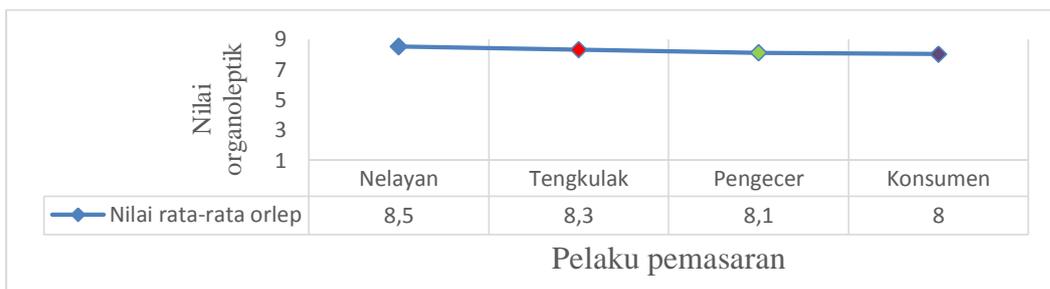
yang diterapkan dalam menghambat proses pertumbuhan bakteri adalah peng-esan ikan segar atau membekukannya (Hasibuan 2011).

Mutu Tongkol pada Saluran Pemasaran Ketiga

Pedagang pengecer langsung membeli ikan dari tengkulak pada saluran pemasaran ketiga. Pedagang pengecer hanya membeli sebagian ikan saja dari tengkulak karna terbatasnya modal yang dimiliki dan kemudian disalurkan ke konsumen. Proses penyimpanan yang dilakukan oleh pengecer yaitu dengan menetapkan sistem saluran dingin dengan penambahan es balok berukuran panjang sekitar 12 cm dengan tujuan agar es awet dan mampu menjaga ikan dalam suhu rendah sampai ke lapak pengecer. Jarak lapak tengkulak ke lapak pengecer membutuhkan waktu sekitar 15 menit. Hasil rata-rata uji organoleptik dengan parameter mata, insang, bau dan tekstur dan hasil rata-rata uji organoleptik parameter keseluruhan pada saluran ketiga disajikan dalam Gambar 6 dan Gambar 7.



Gambar 6. Nilai uji organoleptik pada saluran ketiga

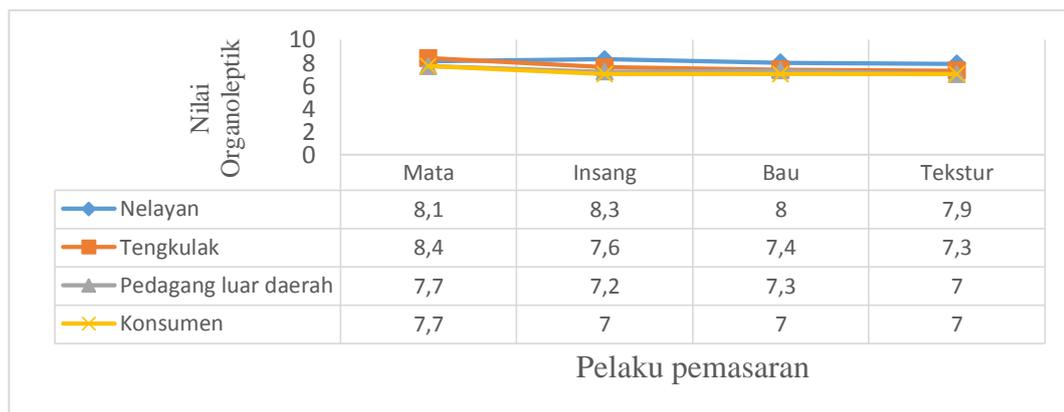


Gambar 7. Nilai parameter organoleptik keseluruhan di setiap pelaku pemasaran

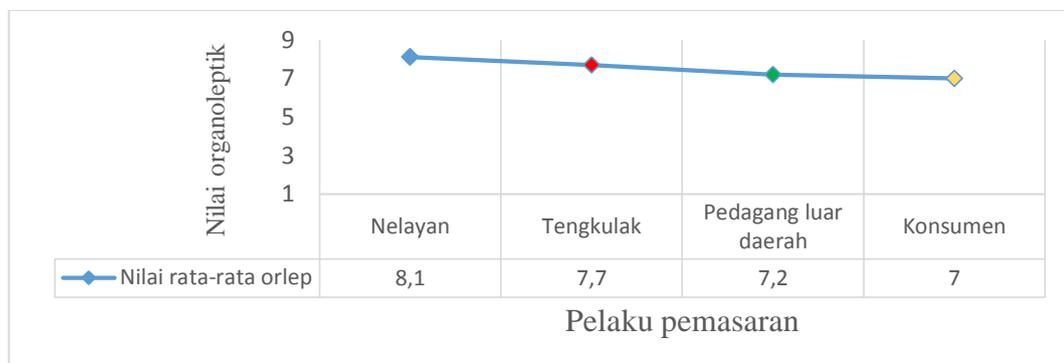
Kondisi mutu ikan pada saluran pemasaran ketiga ini masih dalam kategori segar dengan nilai 8. Hal ini sesuai dengan SNI 2729:2013 bahwa syarat ikan segar yaitu memiliki nilai organoleptik minimal 7 (BSN 2013). Menurut Abdillah *et al.* (2015) kualitas ikan dapat dipertahankan apabila penanganan yang diterapkan menggunakan prinsip C3Q (clean, cold, carefully, quick) atau bersih, dingin, hati-hati dan cepat.

Mutu Tongkol pada Saluran Pemasaran Keempat

Tengkulak pada saluran pemasaran ini melakukan proses penanganan ikan dengan air laut dan penambahan es balok di atas tumpukan ikan dengan menggunakan penyimpanan sterofom karena ikan tongkol akan didistribusikan ke pedagang luar daerah (Pasar Menes). Alat transportasi yang digunakan oleh tengkulak yaitu sepeda motor, karena jarak pasar yang akan dituju membutuhkan waktu 45 menit. Hasil rata-rata uji organoleptik dengan parameter mata, insang, bau dan tekstur dan hasil rata-rata uji organoleptik parameter keseluruhan pada saluran keempat disajikan dalam Gambar 8 dan Gambar 9.



Gambar 8. Nilai uji organoleptik pada saluran keempat



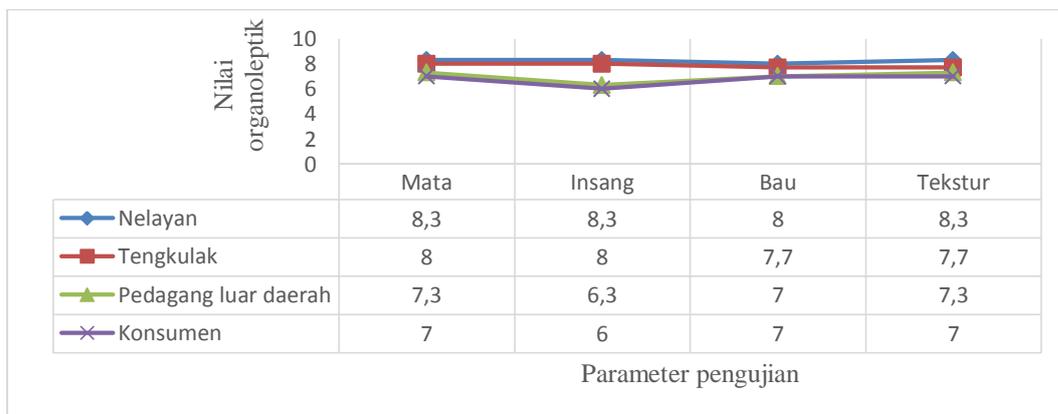
Gambar 9. Nilai parameter organoleptik keseluruhan di setiap pelaku pemasaran

Mutu ikan tongkol pada saluran pemasaran keempat ini masih dalam kategori segar. Kemampuan media pendinginan es yang ditambahkan garam mampu mempercepat penurunan suhu lebih cepat dari pada yang tidak ditambahkan garam sehingga menghasilkan suhu akhir ikan lebih rendah dan berdampak positif terhadap kesegaran ikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Sanger (2010) penurunan suhu daging ikan yang didinginkan dengan cara pendinginan air laut yang dicampur es adalah lebih cepat dari pada pendinginan dengan es maupun pendinginan dengan udara dingin.

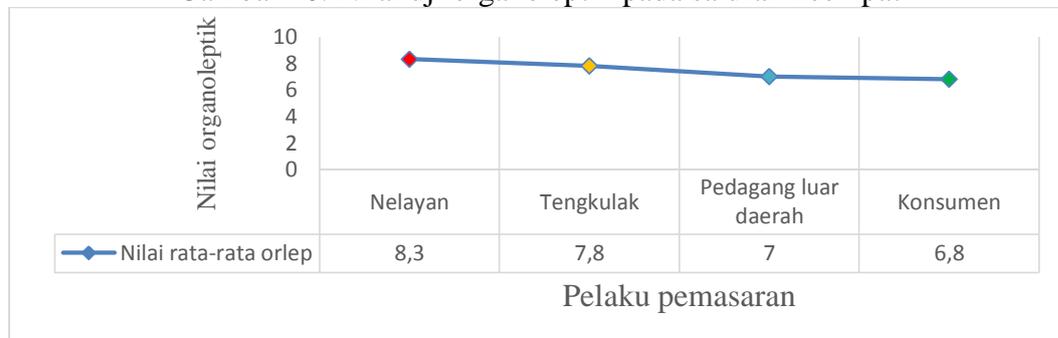
Sistem pemasaran dengan perantara pedagang luar daerah juga dilakukan oleh tengkulak lainnya dengan mengirimkan ikan tongkol segar ke pedagang luar daerah (pasar Cilegon). Penanganan yang dilakukan yaitu dengan menambahkan es balok berukuran besar kemudian ikan disusun rapi, selanjutnya ditambahkan

hancuran es di bagian atas ikan. Penggunaan es yang digunakan oleh tengkulak ini dengan perbandingan 1 fiber (120 kg): 1 es balok. Moeljanto (1992) menyatakan bahwa penggunaan es yang baik yaitu dengan perbandingan 1kg es : 1kg ikan. Tengkulak menambahkan penyedap rasa, tujuannya untuk memberikan kesan warna mengkilap pada kulit ikan.

Penanganan selesai pada jam 9 pagi dan akan didistribusikan pada jam 2 siang. Pendistribusian dilanjutkan ke pasar luar daerah (pasar Cilegon). Biasanya tengkulak memiliki pelanggan tetap. Alat transportasi yang digunakan oleh tengkulak yaitu mobil pick up, karena jarak pasar yang akan dituju membutuhkan waktu 2,5 jam. Hasil rata-rata uji organoleptik dengan parameter mata, insang, bau dan tekstur dan hasil rata-rata uji organoleptik parameter keseluruhan pada saluran keempat disajikan dalam Gambar 10 dan Gambar 11.



Gambar 10. Nilai uji organoleptik pada saluran keempat



Gambar 11. Nilai parameter organoleptik keseluruhan di setiap pelaku pemasaran

Mutu ikan tongkol pada saluran pemasaran keempat mengalami penurunan seiring dengan proses pendistribusian. Kondisi mutu ikan mulai dari nelayan hingga pedagang luar daerah masih dalam kategori segar, sedangkan mutu pada konsumen turun dengan nilai 6 yang artinya ikan kurang segar. Menurut Metusalach *et al.* (2014) menjelaskan bahwa tingkat kesegaran ikan akan menurun drastis seiring dengan waktu jika tidak segera ditangani secara benar. Hal ini membuktikan bahwa mutu ikan secara konstan mengalami perubahan dengan bertambahnya waktu sejak kematian ikan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

- a. Saluran pemasaran yang terdapat di PPP Labuan terdiri dari empat tipe saluran pemasaran.
- b. Margin pemasaran tertinggi didapatkan oleh pedagang pengecer di saluran pemasaran keempat sebesar 5.000, sedangkan margin terendah didapatkan oleh tengkulak-tengkulak pada saluran pemasaran kedua dan ketiga sebesar 2.000.
- c. Semakin panjang saluran pemasaran, maka semakin turun mutu ikan tongkol. Pada saluran pemasaran kedua ikan tongkol secara fisik mengalami penurunan sejak di nelayan tetapi masih dalam kategori segar, diduga akibat cara penangkapan, penanganan yang kurang baik, pemberian es yang kurang di atas kapal dan waktu yang dibutuhkan untuk proses lelang lebih lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Z, Afrianto E, Kurniawati N. 2015. Evaluasi Penerapan Sanitasi Terhadap Risiko Keberadaan Histamin Pada Pengolahan Pindang Cakalang di Pelabuhan Ratu. *Jurnal Perikanan Kelautan*. 2(1):61-69.
- Arinong AR dan Kadir E. 2008. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kakao di Desa Timbuseng, Kecamatan Pattalassang, Kabupaten Gowa. *Jurnal Agrisistem*. 4(2):87-93.
- [BSN] Badan Standardisasi Nasional. 2013. *Pedoman Pengujian Sensori Pada Produk Perikanan*. SNI 2729-2013. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional. 15 hlm.
- [DJPDSPKP] Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan. 2018. Ekspor Tuna Cakalang Tongkol Indonesia 6 Tahun Terakhir (2012-2017) Kondisi dan Harapan. Dikutip dari <https://kkp.go.id/djpdspkp/artikel/2746-ekspor-tuna-cakalangtongkolindonesia-6-tahun-terakhir-2012-2017-kondisi-dan-harapan>. Diakses 28 Oktober 2018.
- Hasibuan MAP. 2011. Pengendalian Mutu Ikan Laut Segar Unggulan Utama yang didaratkan di Pelabuhan Perikanan Samudera NizamZachman, Jakarta Utara [SKRIPSI]. Bogor: Departemen Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor. 126 hlm.
- Metusalach, Kasmia, Fahrul, Jaya I. 2014. Pengaruh Cara Penangkapan, Fasilitas Penanganan dan Cara Penanganan Ikan terhadap Kualitas Ikan yang dihasilkan. *Jurnal Ipteks Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan*. 1(1):40-52.
- Moeljanto R. 1992. *Pengawetan dan Pengolahan Hasil Perikanan*. Jakarta: Penebar Swadaya. 259 hlm.
- Nurasa T dan Valeriana D. 2007. Analisis Usahatani dan Keragaan Margin Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes. *Jurnal Akta Agrosa*. 10(1):40-48.
- Nuriati NK. 2017. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. e-journal Jurusan Pendidikan Ekonomi. 10(2):1-11.
- Sanger G. 2010. Mutu Kesegaran Ikan Tongkol (*Auxis tazard*) Selama Penyimpanan Dingin. *Warta Wiptek*. (35):39-43.

- Sari MP, Bambang NA, Sardiyatmo. 2016. Analisis Distribusi Pemasaran Rajungan (*Portunus pelagicus*) di Desa Sukoharjo, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. *Journal Of Fisheries Resources Utilization Management And Technology*. 5(1):128-133.
- Wangsadinata V. 2009. Sistem pengendalian Mutu Ikan Swanggi (*Priacanthus macranchantus*) Studi Kasus di CV. Bahari Express, Pelabuhan Ratu Sukabumi. [SKRIPSI]. Bogor: Departemen Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor. 90 hlm.
- Wulandari. 2007. Tingkat Kebutuhan Es untuk Keperluan Penangkapan Ikan di Pelabuhan Perikanan Samudera Nizam Zachman Jakarta. [SKRIPSI]. Bogor: Departemen Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor. 117 hlm.