



# Marketing and Production Patterns of Skipjack Tuna (*Katsuwonus pelamis*) at the Coastal Fishing Port in South Halmahera Regency

(Pola Pemasaran dan Produksi Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) di Pelabuhan Perikanan Pantai Kabupaten Halmahera Selatan)

Nasir Haya <sup>1✉</sup>, Hardin <sup>1</sup>, Julkarnain Ahmad <sup>1</sup> dan Asmaia Narju <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Teknologi Penangkapan Ikan Fakultas Vokasi, Universitas Nurul Hasan, Bacan, Indonesia.

✉ Email: [nasirhaya400@gmail.com](mailto:nasirhaya400@gmail.com)

Info Artikel :  Artikel Penelitian  Artikel Pengabdian  Riview Artikel

Diterima : 13 Mei 2026, Disetujui : 5 Juni 2026, Publikasi On-Line : 7 Juni 2026

## Abstract

This study aims to identify the marketing pattern and production of skipjack tuna (*Katsuwonus pelamis*) at the Coastal Fishing Port. The research employed a quantitative descriptive method using a survey approach. Data were collected through observation, interviews, documentation, and recording of skipjack tuna production and marketing data. The data were analyzed descriptively to describe the production conditions and marketing distribution patterns of skipjack tuna in the research area. The results showed that the production value of skipjack tuna in 2022 fluctuated monthly, with a total production value of IDR 84,114,227,500. The highest production value occurred in March, amounting to IDR 12,156,746,000, while the lowest production value was recorded in November, amounting to IDR 3,149,106,000. Production fluctuations were influenced by weather conditions, fishing seasons, fishermen's activities, and the availability of fish resources. The marketing pattern of skipjack tuna was conducted directly from fishermen to collectors and consumers in several marketing areas, including Gandasuli, Kupal, Tomori, Labuha, Babang, Makiang, Kubung, Panambuang, Tokona, and Tembal. The total volume of fish marketed during the study period reached 1,290.8 kg. Tembal was the area with the highest marketing distribution compared to other regions. The selling price of skipjack tuna was relatively stable at around IDR 23,000 per kilogram, although some areas experienced price differences depending on market conditions and distribution costs. The study concludes that the production and marketing of skipjack tuna play an important role in supporting the economy of coastal communities in South Halmahera Regency. Therefore, improvements in fisheries infrastructure and facilities, strengthening of the marketing system, and government support are needed to maintain the stability of fisheries production and distribution.

📖 **Keyword:** Skipjack Tuna; Production; Marketing Pattern; Fisheries Economy; Coastal Fishing Port.

## I. PENDAHULUAN

Sumber daya perikanan merupakan salah satu potensi kelautan yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat pesisir di Indonesia. Negara Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki wilayah laut yang luas dan kaya akan berbagai jenis ikan

pelagis, salah satunya adalah ikan cakalang *Katsuwonus pelamis*. Ikan cakalang termasuk komoditas unggulan perikanan tangkap yang memiliki nilai ekonomis tinggi karena permintaan pasar domestik maupun ekspor terus mengalami peningkatan. Menurut data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (2019), komoditas tuna dan cakalang menjadi

salah satu penyumbang devisa terbesar pada subsektor perikanan tangkap.

Kabupaten Halmahera Selatan merupakan salah satu daerah di Provinsi Maluku Utara yang memiliki potensi sumber daya perikanan laut cukup besar. Wilayah ini didukung oleh kondisi geografis yang strategis karena berada pada jalur migrasi ikan pelagis besar dan kecil. Keberadaan Pelabuhan Perikanan Pantai menjadi pusat aktivitas nelayan dalam melakukan pendaratan hasil tangkapan, distribusi, serta pemasaran hasil perikanan, khususnya ikan cakalang. Menurut Mulyadi (2017) Aktivitas produksi dan pemasaran ikan cakalang di pelabuhan tersebut memberikan kontribusi terhadap pendapatan nelayan dan pelaku usaha perikanan di daerah setempat.

Produksi ikan cakalang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain musim penangkapan, jumlah armada, alat tangkap yang digunakan, kemampuan nelayan, serta kondisi cuaca dan oseanografi. Tingkat produksi yang tinggi tidak selalu memberikan keuntungan optimal bagi nelayan apabila sistem pemasaran yang diterapkan belum berjalan secara efektif. Swastha, B. (2014). Dalam praktiknya, pemasaran hasil tangkapan ikan sering menghadapi berbagai kendala seperti fluktuasi harga, keterbatasan sarana penyimpanan dingin, panjangnya rantai distribusi, serta ketergantungan nelayan terhadap pedagang pengumpul. Kondisi tersebut menyebabkan posisi tawar nelayan menjadi lemah sehingga keuntungan yang diperoleh belum maksimal. Selain itu, pola pemasaran ikan cakalang di daerah pesisir umumnya masih bersifat tradisional dan belum sepenuhnya memanfaatkan sistem pemasaran modern. Distribusi hasil tangkapan dari nelayan ke konsumen biasanya melalui beberapa tahapan perantara yang menyebabkan harga ikan di tingkat nelayan relatif rendah, sedangkan harga di tingkat konsumen menjadi lebih tinggi. Menurut Kotler dan Armstrong, (2018) sistem pemasaran yang efektif sangat dipengaruhi oleh saluran distribusi, efisiensi pasar, dan hubungan antar pelaku usaha dalam rantai pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai pola pemasaran hasil perikanan agar dapat diketahui tingkat efisiensi pemasaran serta kendala yang dihadapi oleh nelayan dan pedagang.

Di sisi lain, peningkatan produksi ikan cakalang perlu diimbangi dengan sistem pengelolaan dan pemasaran yang baik agar hasil tangkapan dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat nelayan. Kajian mengenai pola pemasaran dan produksi ikan

cakalang penting dilakukan untuk mengetahui hubungan antara jumlah produksi dengan sistem distribusi pemasaran yang berlangsung di Pelabuhan Perikanan Pantai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai mekanisme pemasaran, jalur distribusi, tingkat keuntungan pemasaran, serta faktor-faktor yang memengaruhi produksi ikan cakalang di Kabupaten Halmahera Selatan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian dengan judul "*Pola Pemasaran dan Produksi Ikan Cakalang (Katsuwonus pelamis) di Pelabuhan Perikanan Pantai Kabupaten Halmahera Selatan*" penting untuk dilakukan guna memperoleh gambaran yang jelas mengenai sistem produksi dan pemasaran ikan cakalang, sehingga dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha perikanan, dan masyarakat nelayan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi serta pengelolaan usaha perikanan yang berkelanjutan.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian dengan judul "*Pola Pemasaran dan Produksi Ikan Cakalang Katsuwonus pelamis di Pelabuhan Perikanan Pantai Kabupaten Halmahera Selatan*" adalah untuk mengetahui tingkat produksi ikan cakalang Katsuwonus pelamis di Pelabuhan Perikanan Pantai, dan mengetahui pola pemasaran ikan cakalang Katsuwonus pelamis yang dilakukan oleh nelayan, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer di Kabupaten Halmahera Selatan.

## II. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi produksi dan pola pemasaran ikan cakalang Katsuwonus pelamis secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan kondisi lapangan. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis data produksi, saluran pemasaran, margin pemasaran, serta efisiensi pemasaran.

Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau keadaan tertentu secara objektif berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

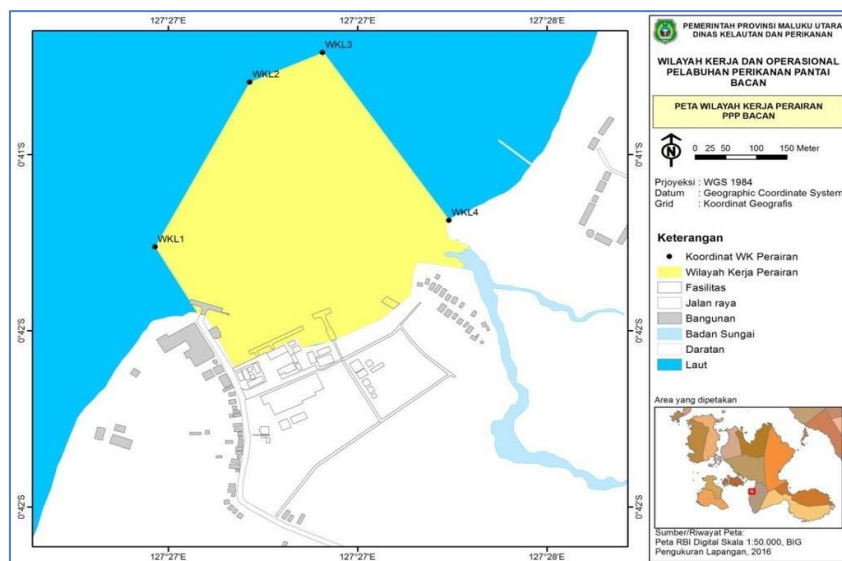
### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pelabuhan Perikanan Pantai. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu

pusat pendaratan dan pemasaran ikan cakalang di Kabupaten Halmahera Selatan.

### Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Waktu penelitian dilaksanakan selama ±2 bulan, mulai dari tahap observasi lapangan, pengumpulan data, hingga pengolahan data penelitian.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini meliputi: Nelayan penangkap ikan cakalang, Pedagang pengumpul, Pedagang pengecer, Pengelola pelabuhan perikanan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Arikunto (2016), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap dapat memberikan data sesuai kebutuhan penelitian. Jumlah sampel dapat disesuaikan dengan kondisi lapangan, misalnya: 20 nelayan. 10 pedagang pengumpul. 10 pedagang pengecer.

### Jenis dan Sumber Data

#### Data Primer

Data primer diperoleh melalui: Observasi langsung di lokasi penelitian, Wawancara menggunakan kuesioner, Dokumentasi kegiatan produksi dan pemasaran.

#### Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dinas Perikanan Kabupaten Halmahera Selatan, Statistik perikanan tangkap, Literatur ilmiah dan jurnal penelitian, dan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi: Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap aktivitas produksi dan pemasaran ikan cakalang di lokasi penelitian. Wawancara dilakukan kepada nelayan dan pelaku pemasaran menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan, Dokumentasi Pengumpulan data melalui catatan produksi, foto kegiatan, dan dokumen pendukung lainnya. Menurut Nazir (2017), teknik observasi dan wawancara sangat efektif digunakan dalam penelitian sosial ekonomi perikanan karena mampu memperoleh data langsung dari responden.

### Analisis Data Penelitian

Analisis produksi digunakan untuk mengetahui jumlah hasil tangkapan ikan cakalang Katsuwonus pelamis selama periode penelitian. Rumus produksi:  $P = \sum QP = \sum QP = \sum Q$   
 Keterangan: PPP = Total produksi ikan cakalang. QQQ = Jumlah hasil tangkapan per trip.

### Analisis Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran digunakan untuk mengetahui jalur distribusi ikan cakalang dari nelayan hingga konsumen akhir. Bentuk saluran pemasaran yang dianalisis meliputi: 1. Nelayan → Konsumen. 2. Nelayan → Pedagang Pengumpul → Konsumen. 3. Nelayan → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), saluran

pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang terlibat dalam proses penyaluran produk dari produsen ke konsumen.

**Analisis Margin Pemasaran**

Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih harga yang diterima nelayan dengan harga yang dibayarkan konsumen. Rumus margin pemasaran:

$$MP = H_k - H_p$$

Keterangan: MP = Margin pemasaran.  
 $H_k$  = Harga di tingkat konsumen.  
 $H_p$  = Harga di tingkat produsen (nelayan).

**Analisis Keuntungan Pemasaran**

Analisis keuntungan digunakan untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran. Rumus keuntungan:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:  $\pi$  = Keuntungan.  
 TR = Total penerimaan.  
 TC = Total biaya.

**Analisis Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran digunakan untuk mengetahui tingkat efisiensi sistem pemasaran ikan cakalang.

Rumus efisiensi pemasaran:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan: EP = Efisiensi pemasaran.  
 TB = Total biaya pemasaran.  
 TNP = Total nilai produk.

Kriteria: jika nilai efisiensi < 50%, maka pemasaran dianggap efisien. Jika nilai efisiensi > 50%, maka pemasaran dianggap kurang efisien.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Pelabuhan Perikanan Pantai yang merupakan salah satu pusat aktivitas perikanan tangkap di Kabupaten Halmahera Selatan. Pelabuhan ini memiliki peranan penting dalam menunjang kegiatan pendaratan ikan, distribusi hasil tangkapan, serta pemasaran hasil perikanan, khususnya ikan cakalang Katsuwonus pelamis.

Sebagian besar masyarakat di sekitar wilayah pelabuhan bekerja sebagai nelayan dan pedagang ikan. Aktivitas perikanan berlangsung hampir setiap hari dengan jenis alat tangkap yang digunakan antara lain pole and line, hand line, dan purse seine. Produksi ikan cakalang cukup tinggi

karena wilayah perairan Halmahera Selatan merupakan daerah migrasi ikan pelagis yang potensial.

**Hasil Penelitian**

**Produksi Ikan Cakalang**

Hasil penelitian, produksi ikan cakalang Katsuwonus pelamis di Pelabuhan Perikanan Pantai mengalami fluktuasi setiap bulan. Perbedaan jumlah produksi dipengaruhi oleh kondisi cuaca, musim penangkapan, jumlah armada, dan lama trip penangkapan. Rata-rata hasil tangkapan nelayan dalam satu kali trip berkisar antara 300-700 kg tergantung kapasitas armada dan alat tangkap yang digunakan. Pada musim ikan, produksi meningkat secara signifikan karena ketersediaan sumber daya ikan lebih melimpah dibandingkan musim paceklik.

**Tabel 1.** Hasil produksi ikan cakalang di Pelabuhan Perikanan Pantai

No	Bulan	Nilai Produksi
1	Januari	8.934.783.500
2	Februari	9.706.548.000
3	Maret	12.156.746.000
4	April	8.578.199.000
5	Mei	7.518.537.000
6	Juni	8.137.597.000
7	Juli	3.355.079.000
8	Agustus	4.271.971.000
9	September	6.959.520.000
10	Oktober	7.275.479.000
11	November	3.149.106.000
12	Desember	4.034.662.000
<b>Jumlah</b>		<b>84.114.227.500</b>

Berdasarkan tabel nilai produksi perikanan tangkap tahun 2022, terlihat bahwa nilai produksi di Pelabuhan Perikanan Pantai mengalami fluktuasi setiap bulan. Total nilai produksi selama tahun 2022 mencapai Rp84.114.227.500. Nilai produksi tertinggi terjadi pada bulan Maret sebesar Rp12.156.746.000, sedangkan nilai produksi terendah terjadi pada bulan November sebesar Rp3.149.106.000. Pada awal tahun, yaitu bulan Januari hingga Maret, nilai produksi menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Bulan Januari tercatat sebesar Rp8.934.783.500, kemudian meningkat pada Februari menjadi Rp9.706.548.000, dan mencapai puncaknya pada bulan Maret. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas penangkapan ikan pada periode tersebut berlangsung dengan baik dan didukung oleh kondisi cuaca yang relatif stabil serta tingginya hasil tangkapan nelayan.

Memasuki bulan April hingga Juni, nilai produksi mengalami penurunan namun masih berada pada kategori cukup tinggi. Pada bulan

April nilai produksi sebesar Rp8.578.199.000, kemudian menurun pada Mei menjadi Rp7.518.537.000, dan kembali meningkat pada Juni sebesar Rp8.137.597.000. Fluktuasi tersebut diduga dipengaruhi oleh perubahan musim penangkapan dan aktivitas armada nelayan. Penurunan yang cukup drastis terjadi pada bulan Juli dan Agustus. Nilai produksi pada Juli hanya mencapai Rp3.355.079.000 dan Agustus sebesar Rp4.271.971.000. Rendahnya nilai produksi pada periode ini kemungkinan disebabkan oleh faktor cuaca buruk, gelombang laut yang tinggi, serta berkurangnya aktivitas penangkapan ikan di laut. Selanjutnya, pada bulan September dan Oktober nilai produksi kembali mengalami peningkatan menjadi Rp6.959.520.000 dan Rp7.275.479.000. Hal ini menunjukkan adanya perbaikan kondisi penangkapan ikan dan meningkatnya hasil tangkapan nelayan. Namun, pada bulan November nilai produksi kembali mengalami penurunan menjadi Rp3.149.106.000 sebelum akhirnya sedikit meningkat pada bulan Desember sebesar Rp4.034.662.000.

Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa nilai produksi perikanan tangkap sangat dipengaruhi oleh kondisi musim, cuaca, aktivitas nelayan, dan ketersediaan sumber daya ikan. Fluktuasi nilai produksi ini menjadi gambaran penting mengenai dinamika sektor perikanan tangkap di Kabupaten Halmahera Selatan serta peran pelabuhan perikanan sebagai pusat produksi dan distribusi hasil tangkapan laut. Secara umum, data pada tabel memperlihatkan bahwa nilai produksi perikanan tangkap di Pelabuhan Perikanan Pantai mengalami fluktuasi setiap bulan. Perubahan nilai produksi tersebut dipengaruhi oleh musim penangkapan, kondisi alam, kemampuan armada penangkapan, serta permintaan pasar terhadap hasil perikanan. Meskipun terjadi penurunan pada beberapa bulan tertentu, total nilai produksi tahunan masih menunjukkan kontribusi yang cukup besar terhadap sektor perikanan di Kabupaten Halmahera Selatan. Selain itu, data ini menunjukkan bahwa sektor perikanan tangkap memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat pesisir, terutama bagi nelayan dan pelaku usaha perikanan. Tingginya nilai produksi juga mencerminkan bahwa pelabuhan perikanan menjadi pusat aktivitas ekonomi perikanan yang mendukung distribusi dan pemasaran hasil tangkapan laut.

Nelayan menyatakan bahwa faktor cuaca sangat memengaruhi keberhasilan penangkapan. Pada musim gelombang tinggi, sebagian nelayan tidak melaut sehingga produksi mengalami

penurunan. Selain itu, keterbatasan bahan bakar dan sarana penyimpanan dingin juga menjadi kendala dalam mempertahankan kualitas hasil tangkapan. Menurut Mulyadi (2017), produksi perikanan tangkap dipengaruhi oleh faktor alam, teknologi penangkapan, dan kemampuan operasional nelayan dalam melakukan aktivitas penangkapan ikan

### ***Pola Pemasaran Ikan Cakalang***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola pemasaran ikan cakalang Katsuwonus pelamis di lokasi penelitian masih bersifat tradisional dan melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Saluran pemasaran yang ditemukan terdiri atas tiga pola utama, yaitu:

#### ***1. Saluran Pemasaran I***

Nelayan → Konsumen

Pada pola ini, nelayan menjual langsung hasil tangkapan kepada konsumen di area pelabuhan atau pasar tradisional. Saluran ini memberikan keuntungan lebih besar kepada nelayan karena tidak melibatkan perantara.

#### ***2. Saluran Pemasaran II***

Nelayan → Pedagang Pengumpul → Konsumen

Pada pola ini, pedagang pengumpul membeli ikan langsung dari nelayan dalam jumlah besar, kemudian menjual kembali kepada konsumen atau pasar lokal.

#### ***3. Saluran Pemasaran III***

Nelayan → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Saluran ini merupakan pola pemasaran yang paling banyak digunakan karena mempermudah distribusi ikan ke berbagai pasar. Akan tetapi, semakin panjang saluran pemasaran menyebabkan harga ikan di tingkat konsumen menjadi lebih tinggi. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), panjang pendeknya saluran pemasaran sangat memengaruhi efisiensi distribusi dan tingkat keuntungan yang diterima produsen.

### ***Margin Pemasaran***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin pemasaran berbeda pada setiap saluran pemasaran. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran pemasaran III karena melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran.

**Tabel 2.** Pola Produksi dan konsumsi ikan cakalang

<b>Tanggal</b>	<b>Asal Pembeli</b>	<b>Harga/Kg</b>	<b>Banyak/Kg</b>
Selasa, 23 Mei	Gandasuli	Rp.23.000	28,2
	Kupal	Rp.23.000	19,6
	Tomori	Rp.>23.000	14
	Labuha	Rp.23.000	11
<b>Jumlah</b>			<b>72,8</b>
Rabu, 24 Mei	Gandasuli	Rp.23.000	147
	Tembal	Rp.23.000	165
	Tomori	Rp.>23.000	26
<b>Jumlah</b>			<b>338</b>
Kamis, 25 Mei	Gandasuli	Rp.>23.000	2,8
	Kupal	Rp.23.000	17,5
	Tomori	Rp.23.000	14
	Labuha	Rp.>23.000	4
	Babang	Rp.23.000	10
	Makiang	Rp. <23.000	7
	Kubung	Rp.23.000	10
	Panambuang	Rp.23.000	15
	Tokona	Rp.>23.000	20,5
Tembal	Rp.23.000	1	
<b>Jumlah</b>			<b>101,8</b>
Senin, 29 Mei	Labuha	Rp.23.000	13
	Tembal	Rp.23.000	2
	Babang	Rp.>23.000	8
	Kupal	Rp.23.000	3
	Gandasuli	Rp.>23.000	25
<b>Jumlah</b>			<b>51</b>
Selasa, 30 Mei	Babang	Rp.23.000	11
	Tembal	Rp.>23.000	12
	Labuha	Rp.23.000	7
	Makiang	Rp.<23.000	7
	Kupal	Rp.23.000	8
	Kubung	Rp.23.000	5
	Tomori	Rp.>23.000	12
<b>Jumlah</b>			<b>62</b>
Senin, 05 Juni	Kupal	Rp.>23.000	2
	Labuha	Rp.23.000	17
	Makiang	Rp.<23.000	11
	Kubung	Rp.>23.000	25
	Tokona	Rp.23.000	3
	Tembal	Rp.>23.000	134,2
<b>Jumlah</b>			<b>192,2</b>
Selasa, 06 Juni	Kupal	Rp.23.000	3
	Tomori	Rp.>23.000	2
	Labuha	Rp.23.000	4
	Babang	Rp.>23.000	21
	Makiang	Rp.23.000	5,5
	Tokona	Rp.23.000	10,5
<b>Jumlah</b>			<b>46</b>
Rabu, 07 Juni	Gandasuli	Rp.23.000	1,5
	Kupal	Rp.>23.000	7,5
	Tomori	Rp.23.000	2
	Labuha	Rp.23.000	12
	Babang	Rp.>23.000	10
	Makiang	Rp.23.000	5,5
	Kubung	Rp.>23.000	20,5
	Panambuang	Rp.23.000	1,5
<b>Jumlah</b>			<b>60,5</b>

Rabu, 14 Juni	Gandasuli	Rp.>23.000	18
	Kupal	Rp.23.000	100,5
	Tomori	Rp.>23.000	31
	Labuha	Rp.23.000	91
	Panambuang	Rp.23.000	36
	Tokona	Rp.>23.000	4
<b>Jumlah</b>			<b>280,5</b>
Kamis, 15 Juni	Gandasuli	Rp.>23.000	1
	Kupal	Rp.23.000	2
	Tomori	Rp.23.000	2
	Labuha	Rp.>23.000	11
	Kubung	Rp.23.000	7
	<b>Jumlah</b>		
Senin, 19 Juni	Gandasuli	Rp.23.000	7,3
	Kupal	Rp.23.000	3
	Tomori	Rp.>23.000	12
	Labuha	Rp.23.000	8,2
	Babang	Rp. <23.000	7
	Kubung	Rp.23.000	17,5
	Panambuang	Rp.23.000	1,5
	Tokona	Rp.>23.000	1
Tembal	Rp.23.000	5,5	
<b>Jumlah</b>			<b>63</b>
<b>TOTAL =</b>			<b>1.290,8 Kg</b>

Berdasarkan Tabel 2, data pemasaran ikan, terlihat bahwa distribusi penjualan ikan dilakukan ke beberapa wilayah tujuan seperti Gandasuli, Kupal, Tomori, Labuha, Babang, Makiang, Kubung, Panambuang, Tokona, dan Tembal. Harga jual ikan berkisar antara Rp23.000/kg, di bawah Rp23.000/kg, hingga di atas Rp23.000/kg tergantung pada lokasi tujuan, jumlah permintaan, dan kondisi pasar. Total keseluruhan pemasaran ikan selama periode pengamatan mencapai 1.290,8 kg. Pada tanggal 23 Mei, jumlah penjualan ikan mencapai 72,8 kg dengan daerah pemasaran meliputi Gandasuli, Kupal, Tomori, dan Labuha. Selanjutnya pada tanggal 24 Mei terjadi peningkatan yang cukup signifikan dengan total penjualan sebesar 338 kg. Daerah Tembal menjadi tujuan pemasaran terbesar dengan jumlah 165 kg, diikuti Gandasuli sebesar 147 kg. Tingginya jumlah penjualan pada hari tersebut menunjukkan meningkatnya permintaan pasar terhadap hasil perikanan. Pada tanggal 25 Mei, total pemasaran mencapai 101,8 kg dengan wilayah pemasaran yang lebih luas, yaitu Gandasuli, Kupal, Tomori, Labuha, Babang, Makiang, Kubung, Panambuang, Tokona, dan Tembal. Hal ini menunjukkan bahwa jaringan distribusi ikan telah menjangkau beberapa wilayah sekitar sehingga pemasaran hasil tangkapan berlangsung secara aktif.

Selanjutnya pada tanggal 29 Mei dan 30 Mei, jumlah pemasaran masing-masing sebesar 51 kg dan 62 kg. Penurunan jumlah pemasaran dibandingkan hari sebelumnya diduga

dipengaruhi oleh jumlah hasil tangkapan yang lebih sedikit serta permintaan pasar yang menurun. Namun demikian, aktivitas pemasaran tetap berjalan dengan melibatkan beberapa daerah tujuan utama seperti Labuha, Babang, Kupal, dan Tomori. Pada awal Juni, tepatnya tanggal 5 Juni, terjadi peningkatan pemasaran hingga mencapai 192,2 kg. Daerah Tembal menjadi tujuan pemasaran terbesar dengan jumlah 134,2 kg. Tingginya volume pemasaran ini menunjukkan bahwa daerah tersebut memiliki permintaan ikan yang cukup tinggi. Kemudian pada tanggal 6 Juni dan 7 Juni jumlah pemasaran masing-masing sebesar 46 kg dan 60,5 kg dengan tujuan pemasaran yang masih didominasi oleh wilayah sekitar pelabuhan. Puncak pemasaran kembali terjadi pada tanggal 14 Juni dengan total penjualan mencapai 280,5 kg. Wilayah Kupal menjadi tujuan pemasaran terbesar sebesar 100,5 kg, disusul Labuha sebesar 91 kg dan Panambuang sebesar 36 kg. Kondisi ini menunjukkan bahwa permintaan ikan di beberapa wilayah mengalami peningkatan yang cukup besar. Sementara itu, pada tanggal 15 Juni dan 19 Juni jumlah pemasaran mengalami penurunan menjadi 23 kg dan 63 kg. Penurunan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh hasil tangkapan nelayan yang tidak stabil, kondisi cuaca, serta perubahan permintaan konsumen di pasar.

Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa pola pemasaran ikan berlangsung secara langsung dari nelayan kepada pedagang atau konsumen di berbagai wilayah

sekitar. Perbedaan harga jual ikan dipengaruhi oleh lokasi pemasaran, biaya distribusi, dan tingkat permintaan pasar. Menurut Soekartawi (2002), sistem pemasaran hasil perikanan dipengaruhi oleh mekanisme distribusi, permintaan pasar, dan kondisi produksi nelayan. Selain itu, Mubyarto (1995) menjelaskan bahwa fluktuasi pemasaran hasil perikanan merupakan hal yang umum terjadi karena sektor perikanan sangat bergantung pada kondisi alam dan hasil tangkapan nelayan. Besarnya margin pemasaran dipengaruhi oleh biaya transportasi, penyimpanan, distribusi, dan keuntungan masing-masing pedagang.

### **Efisiensi Pemasaran**

Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan saluran lainnya karena biaya pemasaran lebih rendah dan nelayan memperoleh harga jual yang lebih tinggi. Rumus efisiensi pemasaran:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\% \quad EP = \frac{TN}{PTB} \times 100\%$$

Berdasarkan perhitungan, nilai efisiensi pemasaran berada di bawah 50%, sehingga sistem pemasaran ikan cakalang di lokasi penelitian tergolong cukup efisien. Meskipun demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan fasilitas penyimpanan dan fluktuasi harga pasar. Menurut Swastha (2014), sistem pemasaran yang efisien ditandai dengan rendahnya biaya pemasaran dan meratanya keuntungan antar pelaku pemasaran.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi ikan cakalang *Katsuwonus pelamis* di Kabupaten Halmahera Selatan memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Tingginya produksi dipengaruhi oleh kondisi perairan yang mendukung keberadaan ikan pelagis serta aktivitas nelayan yang berlangsung secara intensif. Namun demikian, peningkatan produksi belum sepenuhnya diikuti oleh sistem pemasaran yang optimal. Sebagian besar nelayan masih bergantung pada pedagang pengumpul karena keterbatasan modal, akses pasar, dan fasilitas yang digunakan untuk menjaga kualitas ikan sebelum dipasarkan kepada konsumen maupun pedagang pengumpul.

Aktivitas pada gambar menunjukkan adanya pola pemasaran langsung antara nelayan, pedagang, dan pembeli. Kehadiran payung dagang menandakan bahwa transaksi dilakukan secara terbuka di area pelabuhan sehingga memudahkan

penyimpanan hasil tangkapan. Ketergantungan tersebut menyebabkan posisi tawar nelayan relatif rendah dalam menentukan harga jual ikan.

Pola pemasaran yang melibatkan banyak perantara menyebabkan margin pemasaran menjadi lebih besar. Kondisi ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong, (2018) yang menyatakan bahwa semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar biaya distribusi yang dikeluarkan. Selain itu, fluktuasi produksi juga dipengaruhi oleh faktor musim dan kondisi cuaca. Pada musim angin dan gelombang tinggi, aktivitas penangkapan berkurang sehingga jumlah produksi menurun. Hal ini menunjukkan bahwa usaha perikanan tangkap sangat bergantung pada kondisi alam dan ketersediaan sarana penunjang penangkapan. Dari sisi efisiensi pemasaran, saluran pemasaran langsung dari nelayan kepada konsumen dinilai paling menguntungkan bagi nelayan karena mampu mengurangi biaya distribusi dan meningkatkan pendapatan. Akan tetapi, pola ini belum dapat diterapkan secara menyeluruh karena keterbatasan kemampuan nelayan dalam menjangkau pasar secara langsung.

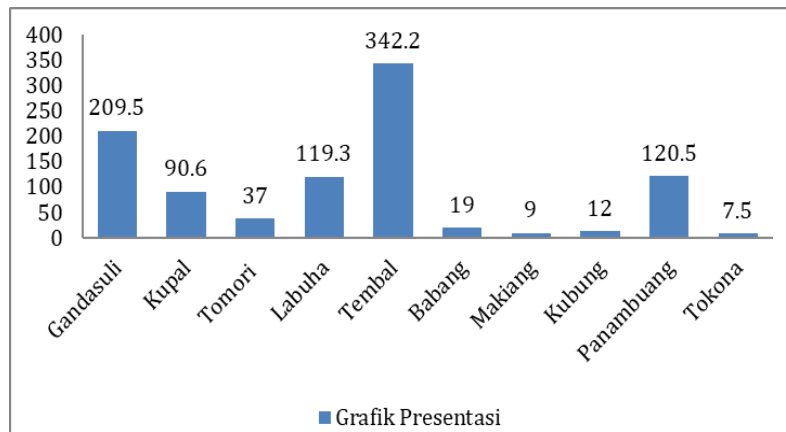


**Gambar 2.** Aktivitas Nelayan dan Penampung saat jual di PPP

Gambar 2, memperlihatkan suasana aktivitas pemasaran hasil perikanan di kawasan Pelabuhan Perikanan Pantai. Terlihat beberapa pedagang dan masyarakat sedang melakukan kegiatan jual beli ikan dengan memanfaatkan fasilitas pelabuhan sebagai tempat distribusi hasil tangkapan nelayan. Di lokasi tampak berbagai kotak penyimpanan ikan (cool box) dan keranjang proses distribusi hasil tangkapan laut, khususnya ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*). Kondisi ini mencerminkan bahwa pelabuhan perikanan memiliki peranan penting sebagai pusat produksi, distribusi, dan pemasaran hasil perikanan di Kabupaten Halmahera Selatan. Selain itu, gambar ini juga menggambarkan kegiatan ekonomi masyarakat pesisir yang sangat bergantung pada

sektor perikanan. Sarana sederhana yang digunakan dalam proses pemasaran menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas perdagangan ikan masih dilakukan secara tradisional, namun tetap berjalan aktif dalam memenuhi kebutuhan pasar lokal. Oleh karena itu,

diperlukan dukungan pemerintah melalui penyediaan fasilitas cold storage, bantuan modal usaha, perbaikan sarana transportasi, serta pembinaan kelompok nelayan agar sistem produksi dan pemasaran ikan cakalang dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.



**Gambar 3.** Grafik presentase tingkat konsumsi ikan

Berdasarkan grafik presentasi pemasaran ikan, terlihat bahwa wilayah Tembala merupakan daerah dengan jumlah pemasaran tertinggi yaitu sebesar 342,2 kg. Tingginya jumlah distribusi ke wilayah tersebut menunjukkan bahwa Tembala memiliki tingkat permintaan ikan yang lebih besar dibandingkan daerah lainnya. Selain itu, wilayah Gandasuli juga memiliki jumlah pemasaran yang cukup tinggi yaitu sebesar 209,5 kg, diikuti Panambuang sebesar 120,5 kg dan Labuha sebesar 119,3 kg. Sementara itu, wilayah Kupal memiliki jumlah pemasaran sebesar 90,6 kg dan Tomori sebesar 37 kg. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa kedua wilayah masih menjadi daerah tujuan pemasaran yang cukup aktif meskipun tidak sebesar Tembala dan Gandasuli. Selanjutnya, daerah Babang memperoleh distribusi pemasaran sebesar 19 kg, Kubung sebesar 12 kg, Makiang sebesar 9 kg, dan Tokona sebesar 7,5 kg. Rendahnya jumlah pemasaran pada beberapa wilayah tersebut diduga dipengaruhi oleh rendahnya tingkat permintaan pasar, jarak distribusi, serta jumlah konsumen yang lebih sedikit. Secara keseluruhan, grafik tersebut menunjukkan bahwa pola pemasaran ikan tersebar ke beberapa wilayah dengan tingkat distribusi yang berbeda-beda.

Perbedaan jumlah pemasaran tersebut dipengaruhi oleh faktor permintaan konsumen, akses distribusi, harga jual, dan kebutuhan pasar di masing-masing daerah tujuan pemasaran. Daerah yang memiliki permintaan pasar tinggi cenderung menerima distribusi ikan dalam jumlah yang lebih besar dibandingkan daerah

lainnya. Menurut Soekartawi (2002), pola pemasaran hasil perikanan dipengaruhi oleh mekanisme distribusi, tingkat permintaan pasar, dan kemampuan pelaku usaha dalam menyalurkan hasil produksi ke konsumen. Selain itu, Mubyarto (1995) menjelaskan bahwa distribusi hasil perikanan yang baik akan meningkatkan nilai ekonomi produk serta memperluas jangkauan pasar bagi nelayan dan pedagang ikan.

#### IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pola Pemasaran dan Produksi Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) di Pelabuhan Perikanan Pantai, maka dapat disimpulkan bahwa produksi ikan cakalang di pelabuhan tersebut mengalami fluktuasi setiap bulan selama tahun 2022. Total nilai produksi yang diperoleh mencapai Rp84.114.227.500 dengan nilai produksi tertinggi terjadi pada bulan Maret sebesar Rp12.156.746.000 dan nilai produksi terendah pada bulan November sebesar Rp3.149.106.000. Fluktuasi produksi dipengaruhi oleh kondisi cuaca, musim penangkapan, aktivitas armada nelayan, dan ketersediaan sumber daya ikan di perairan.

Pola pemasaran ikan cakalang di Pelabuhan Perikanan Pantai Kabupaten Halmahera Selatan dilakukan melalui pemasaran langsung dari nelayan kepada pedagang pengumpul maupun konsumen di berbagai wilayah seperti Gandasuli, Kupal, Tomori, Labuha, Babang, Makiang, Kubung,

Panambuang, Tokona, dan Tembal. Total pemasaran ikan selama periode penelitian mencapai 1.290,8 kg. Daerah Tembal menjadi wilayah dengan jumlah distribusi pemasaran tertinggi, sedangkan Tokona dan Makiang merupakan daerah dengan jumlah pemasaran terendah. Harga pemasaran ikan cakalang relatif stabil pada kisaran Rp23.000/kg, meskipun pada beberapa wilayah terdapat harga di atas maupun di bawah Rp23.000/kg. Perbedaan harga tersebut dipengaruhi oleh jarak distribusi, permintaan pasar, dan kondisi pemasaran di masing-masing wilayah tujuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Mulyadi. (2017). *Ekonomi Kelautan dan Perikanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Swastha, B. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia, 2019. Data Statistik Perikanan Tangkap Indonesia.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Anonim, (2017). *Data Pendaratan Ikan Di TPI Kedonganan*. Unit Pelaksana Teknis Pangkalan Pendaratan Ikan TPI Kedonganan. Dinas Perikanan Kabupaten Bandung.



Copyright© 2026. Nasir Haya, Hardin, Julkarnain Ahmad, Asmaia Narju



Google  
Scholar



GARUDA  
GARUDA RUJUKAN DIGITAL



Crossref  
doi