

**Penangkapan Kepiting Bakau (*Scylla spp.*) sebagai Usaha Sampingan Masyarakat di Kecamatan Tarakan Tengah Kota Tarakan**

Mangrove Crab (*Scylla spp.*) Catching Units as a Community Side Business in Tarakan Tengah Sub-District , City of Tarakan

Nur Hidayat<sup>1</sup>, Aris Baso<sup>2</sup>, Amiluddin<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agrobisnis Perikanan Departemen Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agrobisnis Perikanan Departemen Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin

✉corresponding author: [amilsep.unhas@gmail.com](mailto:amilsep.unhas@gmail.com)

**Abstrak**

Kota Tarakan merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi perikanan yang cukup besar salah satunya adalah kepiting bakau, berdasarkan hasil survey pada tahun 2018 Kota Tarakan telah mengekspor kepiting bakau sebanyak 4.500 ton pertahun. Hal ini mendorong munculnya usaha penangkapan kepiting bakau sebagai usaha sampingan yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis besar biaya, penerimaan, pendapatan dan kelayakan usaha serta pemasaran kepiting bakau. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2021. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan alat bantu berupa kuisioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode cluster sampling dengan jumlah sampel sebanyak 36 orang terdiri dari 25 penangkap kepiting bakau, 6 pedagang pengumpul, 3 pedangan kecil dan 2 pedagang besar. Analisis data yang digunakan adalah analisis keuntungan dan analisis pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan keuntungan penangkap kepiting bakau sebesar Rp 5.796.296 perbulan dengan penerimaan sebesar Rp 8.375.600 perbulan dan biaya total sebesar Rp 2.579.305 perbulan, dengan nilai R/C sebesar 3,25 atau layak untuk dijalankan. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp 20.000 dan margin terendah terdapat pada saluran pemasaran 1 pada lembaga pedagang kecil dan besar sebesar Rp 10.000. Biaya pemasaran tertinggi yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran terdapat pada saluran pemasaran 3 yaitu sebesar Rp 34.436, lembaga pemasaran yang paling efisien adalah pedagang kecil pada saluran pemasaran 1 dengan rata-rata nilai efisiensi pemasaran sebesar 0,03 %.

Kata kunci: kepiting bakau, usaha sampingan, keuntungan, pendapatan dan pemasaran

**Abstract**

Tarakan City is one of the areas that has considerable fishery potential, one of which is mud crabs, based on the results of a survey in 2018 Tarakan City has exported 4,500 tons of mud crabs per year. This encourages the emergence of mangrove crab fishing as a side business that can increase people's income and welfare. The purpose of this study was to analyze the costs, revenues, revenues and business feasibility and marketing of mud crabs. This research was conducted from March to April 2021. The method used was descriptive qualitative and quantitative using a questionnaire. The sampling method used is the cluster sampling method with a total sample of 36 people, consisting of 25 mud crab catchers, 6 collectors, 3 small traders and 2 large traders. Analysis of the data used is profit analysis and marketing analysis. The results showed that the profit of the mud crab catcher was IDR 5,796,296 per month with an income of IDR 8,375,600 per month and a total cost of IDR 2,579,305 per month, with an R/C value of 3.25 or feasible to run. The highest marketing margin is found in the marketing agency of collecting traders, which is IDR 20,000 and the lowest margin is found in marketing channel 1 at the small and large trader institution of IDR 10,000. The highest marketing costs incurred by marketing agencies are in marketing channel 3, which is IDR 34,436, the most efficient marketing agency is small traders in marketing channel 1 with an average marketing efficiency value of 0.03%.

Keywords: mud crab, alternative produce, profit, and marketing,

## Pendahuluan

Sumberdaya perikanan di Kalimantan Utara yang diekspor keluar negeri cukup beragam, salah satunya yang memiliki permintaan tinggi adalah kepiting bakau (*Scylla spp.*). Kepiting bakau (*Scylla spp.*) adalah salah satu organisme golongan crustacea yang hidup di habitat di hutan bakau. Kepiting bakau (*Scylla spp.*) merupakan komoditas ekspor bernilai ekonomis tinggi dari Indonesia salah satunya yang berasal dari perairan Provinsi Kalimantan Utara. Menurut Gunarto & Cholik (1989) dalam Suman (2002) kepiting bakau merupakan salah komoditas perikanan yang patut dikembangkan karena semakin meningkatnya harga dan permintaan tiap tahun (Natanael & Wiharyanto, 2016).

Kota Tarakan salah satu kota yang berada di Kalimantan Utara yang memiliki luas 657,33 km<sup>2</sup> dengan daratan seluas 250,80 km<sup>2</sup> dan lautan seluas 406,53 km<sup>2</sup>. Dimana sekitar 61,85 % terdiri dari lautan yang memiliki potensi sumberdaya perikanan yang cukup besar. Kota Tarakan menjadi salah satu penghasil Kepiting Bakau terbesar di Kalimantan Utara dan juga menjadi pusat pengumpulan kepiting bakau yang berasal dari hasil tangkapan di wilayah perairan muara. Data jumlah hasil ekspor kepiting bakau perbulan mencapai 68,77 ton (Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Tarakan, 2015).

Berdasarkan informasi dari hasil survey bahwa tahun 2018, Kota Tarakan telah mengekspor kepiting bakau sebanyak 4.500 ton/tahun. Arah ekspor kepiting bakau asal Kota Tarakan adalah ke luar negeri, biasanya melalui Malaysia dan diperkirakan nilainya perhari sekitar 12.5 ton x 30 hari = 375 ton/bulan x 12 bulan = 4.500 ton /tahun. Berdasarkan data Potensi dari Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kaltara, ada sekitar 9.604 pembudidaya / penangkap kepiting di provinsi termuda di Indonesia ini. Dari jumlah tersebut, total lahan budidaya yang sudah digunakan berupa tambak sekitar 149.958 ha (Iromo dan Zein, 2019).

Pada awalnya kepiting bakau (*Scylla spp.*) merupakan hama dari budidaya udang yang dilakukan di sekitar Kota Tarakan, hal ini disebabkan oleh tingkah laku kepiting bakau yang dapat merusak tanggul tambak. Dengan semakin meningkatnya permintaan kepiting bakau, para penjaga tambak tradisional yang ada disekitar perairan kota Tarakan mengambil kesempatan dengan menangkap kepiting bakau sebagai penghasilan tambahan atau sampingan. Hasil tangkapan kepiting bakau (*Scylla spp.*) sangat berpotensi untuk menambahkan pendapatan dari petambak sekitar dengan menjualnya di pasar lokal maupun di pasar internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya biaya, penerimaan pendapatan dan untuk mengetahui kelayakan finansial serta pemasaran unit penangkapan kepiting sebagai usaha sampingan masyarakat di Kecamatan Tarakan Tengah Kota Tarakan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan untuk dijadikan sebagai referensi bagi pembaca dan peminat permasalahan yang sama serta diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah dan penentu kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang dapat mendukung peningkatan produksi dan pemasaran kepiting bakau.

## Metode Penelitian

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tarakan Tengah, Kota Tarakan, Kalimantan Utara. Penentuan lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan daerah terbesar sebagai daerah penghasil Kepiting Bakau di Kota Tarakan sehingga dijadikan lokasi penelitian. Kecamatan Tarakan Tengah terbagi menjadi 5 wilayah kelurahan terdiri

dari; Kelurahan Kampung 1 Skip; Kelurahan Pamusian; Kelurahan Sebengkok; Kelurahan Selumit; Kelurahan Selumit Pantai. Dari 5 kelurahan tersebut hanya kelurahan selumit pantai yang memiliki potensi penghasil kepiting bakau. Pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Maret sampai dengan April 2021.

### Metode Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah penangkap kepiting bakau di Kecamatan Tarakan Tengah Kota Tarakan yang menjadikan usaha penangkapan kepiting bakau sebagai hasil sampingan. Sedangkan penetapan responden yang dijadikan sampel yaitu dengan menggunakan metode pengambilan secara *cluster sampling*. Dimana pedagang kepiting bakau dikelompokkan berdasarkan lembaganya dalam pemasaran. Menurut Singarimbun (2014) bahwa dalam pengambilan sampel jika populasinya lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% tergantung besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Jumlah sampel akan diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 25 orang penangkap kepiting bakau serta 6 orang pedagang pengumpul, 3 orang pedagang kecil dan 1 orang pedagang besar.

Data dikumpulkan secara langsung di lokasi penelitian melalui wawancara dengan responden (*interview*) dan wawancara mendalam (*depth interview*). Selain itu juga, dilakukan dengan teknik observasi (pengamatan) dan observasi terencana (pedoman dengan kuesioner). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ada dua yaitu data primer dan data sekunder.

### Analisis Data

1. Untuk mengetahui besar dan biaya produksi dianalisis dengan menggunakan analisis deksriptif kuantitatif.

Analisi keuntungan dalam usaha penangkapan kepiting bakau, maka digunakan rumus persamaan sebagai berikut (Bangun, 2010):

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :  $\pi$  = Keuntungan bersih (Rp)  
 TR = Total Revenue (Total Penerimaan) (Rp)  
 TC = Total Cost (Total Biaya) (Rp)

Untuk mencari total penerimaan (TR) dapat digunakan rumus (Bangun, 2010):

$$TR = Q \times P$$

Dimana : TR = Total Revenue (Total Penerimaan Kepiting Bakau) (Rp)  
 P = Price (Harga Kepiting Bakau) (Rp)  
 Q = Quantity (Jumlah Kepiting Bakau) (Kg)

Untuk mencari Total Biaya (TC) dapat digunakan rumus (Bangun, 2010):

$$(TC = TFC - TVC)$$

Dimana, TC : Total cost

TFC : Biaya Tetap Kepiting Bakau  
 TVC : Biaya Variabel Kepiting Bakau

Untuk Mengetahui tingkat kelayakan usaha penangkapan kepiting bakau di Tarakan (Soekartawi, 2006):

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

TR = Penerimaan Total

TC = Biaya Total

Kriteria yang digunakan

R/C > 1 berarti usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau layak

R/C = 1 berarti usaha yang dijalankan berada pada titik impas

R/C < 1 berarti usaha yang dijalankan mengalami kerugian atau tidak layak

2. Konsep Pemasaran.

- a. Untuk mengetahui lembaga pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu menjelaskan secara lisan mengenai lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran Kepiting Bakau.
- b. Untuk mengetahui saluran pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu menjelaskan secara lisan berdasarkan pengetahuan yang didapatkan mengenai saluran-saluran pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran Kepiting Bakau.
- c. Untuk mengetahui margin pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan dengan angka-angka atau rumus sebagai berikut (Hanafiah dan Saefuddin, 2006):

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

Mp : Margin Pemasaran Kepiting bakau

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen (Rp)

- d. Untuk mengetahui biaya pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan dengan angka-angka atau rumus sebagai berikut (Hanafiah dan Saefuddin, 2006) :

$$B_p = B_1 + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

Bp : Biaya pemasaran Kepiting Bakau

Bp1 : Biaya pemasaran yang ada di pedagang pengumpul

Bp2 : Biaya pemasaran yang ada di pedagang kecil

Bp3 : Biaya pemasaran yang ada di pedagang besar

Bp1, Bp2, Bp3..Bpn : Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran Kepiting Bakau

- e. Untuk mengetahui keuntungan pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan dengan angka-angka atau rumus sebagai berikut (Hanafiah dan Saefuddin, 2006):

$$\pi'' = M - B_p$$

Keterangan :

$\pi''$  : Keuntungan pemasaran Kepiting Bakau

M : Margin pemasaran tiap lembaga pemasaran Kepiting Bakau

Bp : Biaya Pemasaran Kepiting Bakau

- f. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran, maka digunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan dengan angka-angka atau rumus sebagai berikut (Soekawati, 2002):

$$Eps = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk Yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Semakin < nilai Ep yang diperoleh berarti semakin efisien rantai pemasaran tersebut (<1 : Efisien, >1 : tidak Efisien).

## Hasil dan Pembahasan

### Proses penangkapan Kepiting Bakau di Kecamatan Tarakan Tengah

Terdapat beberapa cara untuk menangkap kepiting bakau yang dilakukan oleh nelayan/penjaga tambak diantaranya adalah dengan menggunakan alat tangkap yang diberi nama tanggok, alat perangkap (ambau) dan ditangkap langsung pada saat panen udang atau ikan di tambak. Penggunaan alat tangkap tanggok untuk menangkap kepiting dilakukan di sekitar pematang / tanggul tambak. Dimana penangkapan kepiting bakau biasa dilakukan saat para penjaga tambak mempunyai waktu senggang, biasa dilakukan saat malam hari dari jam 08.00 – 10.00 malam. Penjaga tambak bermodalkan senter, tali dan tanggok (alat tangkap) menerangi di sekitaran tanggul tambak dan menangkap kepiting bakau yang terlihat. Untuk hasil tangkapan, penjaga tambak biasa mendapatkan hasil 1-2 kg kepiting bakau dalam 1 malam.

Berbeda dengan alat perangkap ambau, alat ini digunakan pada saat kondisi air laut pasang dan juga pada saat kondisi tambak tradisional memungkinkan untuk diberi perangkap ambau, tambak tradisional baru boleh diberi perangkap ambau jika umur udang sudah melebihi 1 bulan sehingga tidak menghambat pertumbuhan bibit udang. Untuk mengoperasikan alat perangkap (ambau) dipasang (setting) yang dilengkapi dengan umpan berupa daging ikan, dan biasa ditempatkan didalam tambak tradisional. Dalam satu petak tambak tradisional biasanya ditempatkan hingga 50 buah ambau yang di cek setiap pagi dan sore hari, hasil tangkapan dari ambau biasanya kurang lebih 1 – 10 ekor kepiting bakau atau sekitar 1-3 kg per hari.



Gambar 1. Hasil Tangkapan Kepiting Bakau Selama 3 Hari

## Keuntungan dan Kelayakan Usaha

Keuntungan adalah jumlah yang diperoleh dari penerimaan hasil penjualan produksi setelah dikurangi dengan total biaya produksi pada periode tertentu, sehingga untuk menghitung jumlah keuntungan maka perlu diketahui jumlah penerimaan dan biaya yang dikeluarkan. Suatu usaha dikatakan untung apabila total keuntungan yang diterima lebih besar dari pada total biaya yang dikeluarkan.

Tabel 1. Struktur biaya, penerimaan, keuntungan dan kelayakan usaha rata-rata penangkap kepiting bakau di Kecamatan Tarakan Tengah, Kota Tarakan

Uraian	Nilai Rata-rata (Rp)	Persentase (%)
<b>Biaya Tetap (TFC)</b>		
a. Ambau (Bubu)	56.058	2,17
b. Senter Kepala	60.471	2,34
c. Tanggok (serok)	10.276	0,40
d. Basket	17.500	0,68
<b>Biaya Variavel (TVC)</b>		
a. Konsumsi (Makanan, rokok, kopi/teh)	920.000	35,67
b. Umpan	476.000	18,45
c. Tali Pengikat	61.600	2,39
d. Bibit kepiting	977.400	37,89
<b>Total Cost (TC)</b>	<b>2.579.305</b>	<b>100</b>
<b>Penerimaan (TR)</b>		
1. H7	929.600	11,10
2. H5	558.000	6,66
3. H3	182.400	2,18
4. CBH	5.912.000	70,59
5. CBK	707.200	8,44
6. TG	86.400	1,03
<b>Total Penerimaan (TR)</b>	<b>8.375.600</b>	<b>100</b>
<b>Keuntungan (TR – TC)</b>	<b>5.796.295</b>	
<b>R/C Ratio</b>	<b>3,25</b>	

Total cost (TC) setelah dijumlahkan antara biaya (TFC) tetap dan biaya variabel (TVC) adalah sebesar Rp 2.579.305 perbulan. Komponen biaya tetap tertinggi terdapat pada biaya Senter Kepala sebesar Rp. 60.471-. per bulan, dan biaya tetap terendah terdapat pada basket sebesar Rp 17.500 perbulan. Sedangkan Biaya variabel (TVC) Terbesar terdapat pada biaya bibit Kepiting sebesar Rp 977.400 perbulan. Dan biaya variabel terendah terdapat pada Tali Pengikat sebesar Rp 61.600. Total Penerimaan (*Total Revenue*) merupakan jumlah produksi tangkapan kepiting bakau yang dihasilkan dikalikan dengan harga yang berlaku pada saat itu. dapat dilihat rata-rata penerimaan yang diperoleh penangkap kepiting bakau di Kelurahan Selumit Pantai sebesar Rp 8.375.600 perbulan. Penerimaan tertinggi dari hasil tangkapan kepiting bakau dengan kode CBH yaitu sebesar Rp 5.912.000 perbulan hal ini dikarenakan jumlah tangkapan CBH yang sangat tinggi perbulannya. Dan yang terkecil pada jenis kode kepiting TG sebesar Rp 86.400 perbulan. hal ini selaras dengan pernyataan Bangun (2010) semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan maupun semakin tinggi harga perunit produksi yang bersangkutan, maka penerimaan total yang diterima produsen akan semakin besar. hal ini juga diperkuat oleh pendapat (Febriansyah et al., 2018) menyatakan harga dan jumlah produksi merupakan indikator penentu dalam memperoleh penerimaan usahatani. Semakin tinggi harga dan produksi yang dihasilkan, maka penerimaan yang diperoleh juga semakin tinggi.

Keuntungan rata – rata penangkap kepiting bakau setelah total penerimaan dikurangi total biaya adalah sebesar Rp 5.796.296 perbulan. Keuntungan tersebut merupakan pendapatan sampingan yang didapatkan oleh penjaga tambak yang menangkap kepiting bakau sebagai penghasil tambahan. Selain itu penjaga tambak juga mempunyai keuntungan pokok yang didapatkan dari hasil menjaga, merawat dan membesarkan udang atau ikan yang dibudidayakan di tambak mereka berkerja. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Amsari (2017) keuntungan budidaya tambak yang dilakukan di daerah Tarakan menunjukkan keuntungan rata-rata yang berfluktuatif tergantung dari luas lahan yang dibudidayakan, keuntungan yang diperoleh berdasarkan luas lahan 6 Ha yaitu Rp 63.642.608 permusim panen (3 bulan) dan pada lahan seluas 12 Ha nilai keuntungan yaitu sebesar Rp 124.385.442 permusim (3 bulan). Berdasarkan sistem bagi hasil yang berlaku antara pemilik dan penjaga tambak yaitu sebesar 10 % bagian penjaga tambak, maka pendapatan pokok dari penjaga tambak sebesar Rp 6.364.261 sampai dengan Rp 12.438.544 permusim (3 bulan) atau sebesar Rp. 2.121.420 perbulan pada lahan 6 Ha dan sebesar Rp. 4.146.181 perbulan pada lahan 12Ha . Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan amsari (2017) Total Pendapatan perbulan yang dapat diperoleh penjaga tambak setelah gaji pokok (Rp. 2.121.420 perbulan/6Ha atau Rp. 4.146.181 perbulan/12Ha) dan keuntungan sampingan (Rp.5.796.296 perbulan) dijumlahkan adalah sebesar adalah Rp. 7.917.716 perbulan pada lahan 6H atau sebesar Rp. 9.942.476/ perbulan pada lahan 12Ha.

R/C merupakan nilai perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. Total penerimaan yang diterima oleh penangkap kepiting bakau di Kecamatan Tarakan Tengah adalah sebesar Rp 8.379.296 dan total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 2.579.305, dan mendapatkan hasil R/C sebesar 3,25. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah usahatani itu menguntungkan atau tidak dan layak untuk dikembangkan (Nugroho & Mas'ud, 2021). Jika hasil R/C Ratio lebih dari satu maka usaha tani tersebut menguntungkan, sedangkan jika hasil R/C Ratio sama dengan satu maka usahatani tersebut dikatakan impas atau tidak mengalami untung dan rugi dan apakah hasil R/C Ratio kurang dari satu maka usahatani tersebut mengalami kerugian. Dari hasil perhitungan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa usaha sampingan penangkapan kepiting bakau untung dan layak diusahakan. Dengan kata lain nilai juga R/C sebesar 3,25 bermakna, bahwa setiap Rp 100 biaya yang dikeluarkan, maka penangkap kepiting bakau di Kelurahan Selumit Pantai Kecamatan Tarakan Tengah memperoleh penerimaan sebesar Rp 325.

### **Kondisi usaha sampingan penangkapan kepiting bakau terhadap usaha utama**

Usaha sampingan yang diusahakan oleh penangkap kepiting bakau bukan hanya sekedar usaha sampingan biasa, tetapi memiliki efek yang lebih besar dimana usaha sampingan ini menjadi pemicu, penyemangat dan sebagai pendorong utama bagi para penjaga/ petani tambak untuk tetap berkerja membudidayakan udang dan ikan. Hal ini dikarenakan usaha budidaya udang/ ikan yang dilakukan di Tarakan memiliki tantangan yang besar dan memiliki resiko kegagalan, pendapatan dari usaha budidaya udang/ikan juga sangat bervariasi dimana bisa mendapatkan keuntungan yang besar maupun mendapat kerugian. Oleh karena itu, usaha penangkapan kepiting bakau sebagai hasil sampingan menjadi pendorong dan motivasi terhadap para petani tambak untuk tetap berkerja sebagai petani tambak di Kecamatan Tarakan Tengah. Tanpa adanya usaha sampingan yang dilakukan penjaga tambak, usaha budidaya rentan sekali untuk ditinggalkan para petani tambak dikarenakan tidak tahan dengan kondisi dan tantangan yang besar untuk membudidayakan udang dan ikan yang dilakukan di Kota Tarakan. Selaras dengan pendapat (Fardiyah et al., 2021) Upaya budidaya, yaitu penggemukan kepiting bakau yang dilakukan oleh petani tambak di Indonesia yang memadukan antara budidaya komoditas perikanan berupa ikan bandeng dan

kepiting dengan penanaman tanaman bakau. Hal ini menjadi salah satu alternatif bagi para petani tambak atas kegagalan mereka dalam budidaya udang windu beberapa tahun terakhir.

Hal ini juga selaras dengan pendapat (Aldi, 2017) Walau usaha pembesaran kepiting bakau hanya sebagai usaha sampingan, namun pendapatan yang diperoleh dari usaha pembesaran kepiting bakau relatif besar atau bisa dibilang sangat menguntungkan, hal ini dikarenakan biaya produksi yang relatif rendah dan produksi dari usaha pembesaran kepiting bakau yang cukup tinggi dengan harga jual yang lumayan besar

## **Analisis Pemasaran**

### **Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah jalur atau jumlah lembaga pemasaran yang dilalui suatu barang dari produsen sampai ke konsumen dalam melakukan aktifitas lembaga- lembaga pemasaran tersebut. Untuk sampai ke tangan konsumen harus melalui beberapa tahap yaitu dari penangkap kepiting bakau, pedagang pengumpul, pedagang kecil dan pedagang besar. Hal tersebut menyebabkan perbedaan harga jual antara penangkap kepiting bakau dan lembaga pemasaran yang terlibat dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan dan adanya kemungkinan kehilangan hasil selama proses pemasaran . Pola saluran pemasaran kepiting bakau dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran kepiting bakau mulai dari penangkap sampai ke tangan konsumen. Hasil Penelitian ini menemukan 3 bentuk tipe saluran pemasaran saluran pemasaran kepiting bakau yang di Kecamatan Tarakan Tengah Kota Tarakan yaitu sebagai berikut:

#### **a. Saluran Pemasaran 1**

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang kecil → Pedagang Besar → Ekspor dan restoran

#### **b. Saluran Pemasaran 2**

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Ekspor dan restoran

#### **c. Saluran Pemasaran 3**

Petani → Pedagang Besar → Ekspor dan restoran

Saluran pemasaran kepiting bakau (*scylla spp*) yang ada di kelurahan selumit pantai memiliki lokasi penjualan yang berbeda – beda. Produsen/Penangkap kepiting bakau dan pedagang pengumpul melakukan proses pemasaran di perairan sekitar kelurahan selumit pantai. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual kepiting kepada pedagang kecil dan pedagang besar dengan mendatangi pos pembelian mereka. Untuk pedagang besar selanjutnya melakukan penjualan kepiting bakau dalam jumlah besar kepada pembeli yang memberi harga tertinggi, biasanya pembeli kepiting bakau berasal dari Jakarta, Surabaya, dan Tawau (malaysia).

Lembaga Pemasaran, dalam proses pemasaran Kepiting Bakau di Kecamatan Tarakan Tengah terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya yaitu produsen (penangkap kepiting bakau), pedagang pengumpul, pedagang kecil dan pedagang besar. Lembaga tersebut mempunyai peran yang penting dalam melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran, dimana lembaga- lembaga ini berperan dalam memasarkan kepiting bakau dari produsen sampai konsumen akhir. Harga merupakan suatu hal yang paling penting bagi para penjual maupun bagi para pembeli. Harga pada lembaga pemasaran terdiri dari harga beli dan harga jual. Data harga beli dan harga jual kepiting bakau dapat dilihat pada Tabel 2 dan 3.

Tabel 2. Harga beli kepiting bakau tiap lembaga pemasaran

Tipe Saluran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)					
		Ukuran					
		H7	H5	H3	CBH	CBK	TG
1	Penangkap Kepiting Bakau						
	Pedagang Pengumpul	140.000	90.000	60.000	200.000	80.000	40.000
	Pedagang Kecil	0	0	0	0	0	0
	Pedagang Besar	170.000	120.000	90.000	230.000	110.000	70.000
2	Penangkap Kepiting Bakau						
	Pedagang Pengumpul	140.000	90.000	60.000	200.000	80.000	40.000
	Pedagang Besar	160.000	110.000	80.000	220.000	100.000	60.000
3	Penangkap Kepiting Bakau						
	Pedagang Besar	160.000	110.000	80.000	220.000	100.000	70.000

Tabel 3. Harga jual kepiting bakau tiap lembaga pemasaran

Tipe Saluran	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)					
		Ukuran					
		H7	H5	H3	CBH	CBK	TG
1	Penangkap Kepiting Bakau	140.000	90.000	60.000	200.000	80.000	40.000
	Pedagang Pengumpul	160.000	110.000	80.000	220.000	100.000	60.000
	Pedagang Kecil	170.000	120.000	90.000	230.000	110.000	70.000
	Pedagang Besar	180.000	130.000	100.000	240.000	120.000	80.000
2	Penangkap Kepiting Bakau	140.000	90.000	60.000	200.000	80.000	40.000
	Pedagang Pengumpul	160.000	110.000	80.000	220.000	100.000	60.000
	Pedagang Besar	175.000	125.000	95.000	235.000	115.000	75.000
3	Penangkap Kepiting Bakau	160.000	110.000	80.000	220.000	100.000	70.000
	Pedagang Besar	175.000	125.000	95.000	235.000	115.000	85.000

Kepiting bakau yang diperdagangkan di Kecamatan Tarakan Tengah dibedakan berdasarkan jenis dan ukuran, secara umum pada jenis, kelengkapan anggota tubuh, kekerasan cangkang, ukuran berat dan persentase telurnya. Harga bervariasi sesuai dengan kriteria jenis kepiting yang telah ditentukan. Hal ini sesuai selaras dengan pendapat (Parapat & Abdurrachman, 2019) bahwa harga produksi kepiting bakau disesuaikan pada jenis dan ukurannya atau biasa disebut grading dalam penjualan dan pemasaran. Rata-rata ukuran kepiting yang di hasilkan di desa sampel umumnya ialah kepiting dengan ukuran 3 ons, 4 ons, dan 5 ons dengan harga bervariasi sesuai ukuran kepiting.

Berdasarkan Tabel 2 dan 3 dapat dilihat harga jual dan harga beli kepiting bakau pada tiap-tiap lembaga pemasaran yang terdapat pada saluran pemasaran berdasarkan ukuran. Harga jual tertinggi terdapat pada lembaga pedagang besar dikarenakan selanjutnya pedagang besar akan menjual secara lokal dan internasional kepada pembeli dengan harga tertinggi dalam jumlah yang besar.

Pendapatan penangkap kepiting bakau sangat bergantung pada harga kepiting bakau yang beredar, harga kepiting bakau di Kecamatan Tarakan tengah dapat berubah sampai 3x sehari. Hal ini terjadi dikarenakan tidak adanya penentuan harga yang tetap, harga yang berlaku ditentukan oleh pedagang besar. Sebagai contoh harga kepiting bakau jenis CBH berkisar Rp. 200.000-, pada pagi hari sedangkan pada malam hari dapat berubah naik maupun turun, selisih harga naik dan

turun berkisar antara Rp.10.000-, sampai Rp. 50.000-. Permasalahan yang hampir sama terdapat pada sistem pemasaran yang ada di Istanbul, Turki. Menurut Kaygisiz & Eken (2018) dalam (Setyawan et al., 2021), salah satu permasalahan paling penting dari sistem pemasaran yang ada disana adalah kurangnya organisasi nelayan yang menyebabkan nilai tawar nelayan menjadi rendah dan memiliki kontribusi yang sedikit dalam penentuan harga. Nelayan menerima harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul. Kondisi ini menyebabkan pendapatan nelayan menjadi menurun. Menurut (Setyawan et al., 2021) Harga ikan bisa dikendalikan apabila informasi harga pasar dapat disediakan secara lengkap, baik melalui TPI maupun melalui kelompok nelayan agar bisa menjadi acuan dalam menentukan harga.

#### Margin, Biaya, dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Kepiting Bakau

Margin pemasaran kepiting bakau di Tiap Lembaga Pemasaran adalah selisih antara harga penjualan di tingkat penangkap kepiting bakau dengan harga pembelian di tingkat akhir.

Tabel 4. Margin pemasaran kepiting bakau sesuai ukuran

Tipe Saluran	Lembaga Pemasaran	Margin Pemasaran (Rp)/Kg					
		Ukuran Kepiting Bakau					
		H7	H5	H3	CBH	CBK	TG
1	Pedagang Pengumpul	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
	Pedagang Kecil	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
	Pedagang Besar	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
2	Pedagang Pengumpul	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
	Pedagang Besar	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
3	Pedagang Besar	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000

Dapat dilihat pada Tabel 4, margin pemasaran yang paling tinggi dari saluran pemasaran adalah lembaga pemasaran dimana pedagang pengumpul dengan margin sebesar Rp 20.000/Kg. Hal ini disebabkan karena pedagang pengumpul memiliki harga jual kepiting bakau yang paling tinggi dibandingkan lembaga pemasaran lainnya. Menurut (Rahim et al., 2017) volume pemasaran kepiting segar tidak diikuti oleh kenaikan atau penurunan margin pemasaran. Hal ini terjadi karena penjualan kepiting segar baik rajungan maupun kepiting bakau setiap panen nelayan menjual ke berbagai pengumpul berdasarkan ukuran dan harga jual yang menguntungkan nelayan di Kabupaten Maros. Pendapat ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang didapatkan dimana margin pemasaran di Kecamatan Tarakan Tengah dapat berubah-ubah menyesuaikan harga kepiting bakau yang tidak stabil.

Margin pemasaran terkecil terdapat pada lembaga pemasaran pedagang kecil dikarenakan volume produksi yang lebih rendah dan biaya pemasaran yang kecil. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hapsari (2014) dalam (Setyawan et al., 2021) margin pemasaran dipengaruhi oleh volume produksi, harga per kilogram, biaya pemasaran, serta musim. Biaya pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting diperhatikan dalam suatu usaha pemasaran. Biaya pemasaran mencakup sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran serta laba (profit) yang diterima oleh lembaga pemasaran.

Tabel 5. Biaya yang di keluarkan lembaga pemasaran untuk kepiting bakau berdasarkan ukuran

Tipe saluran	Lembaga pemasaran	Total biaya Pemasaran (Rp)					
		H7	H5	H3	CBH	CBK	TG
1	Pedagang pengumpul	6.642	6.642	6.642	6.642	6.642	6.642
	Pedagang kecil	3478,3	3478,3	3478,3	3478,3	3478,3	3478,3
	Pedagang besar	7.000	7.000	7.000	5.000	5.000	7.000
<b>Total Biaya</b>		<b>17.120</b>	<b>17.120</b>	<b>17.120</b>	<b>15.120</b>	<b>15.120</b>	<b>17.120</b>
2	Pedagang pengumpul	6.642	6.642	6.642	6.642	6.642	6.642
	Pedagang besar	7.000	7.000	7.000	5.000	5.000	7.000
	<b>Total Biaya</b>	<b>13.642</b>	<b>13.642</b>	<b>13.642</b>	<b>11.642</b>	<b>11.642</b>	<b>13.642</b>
3	Penangkap	35.436	35.436	35.436	35.436	35.436	35.436
	pedagang besar	7.000	7.000	7.000	5.000	5.000	7.000
	<b>Total Biaya</b>	<b>42.436</b>	<b>42.436</b>	<b>42.436</b>	<b>40.436</b>	<b>40.436</b>	<b>42.436</b>

Biaya pemasaran tertinggi yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran tergantung dari tiap lembaga pemasaran. Biaya pemasaran tertinggi terdapat pada saluran pemasaran 3 lembaga pemasaran penangkap dikarenakan mempunyai biaya transportasi yang tinggi sehingga memiliki biaya yang lebih besar. Menurut (Meldasari et al., 2018) Besarnya biaya pemasaran dipengaruhi lokasi pemasaran yang berbeda, dan efektifitas pemasaran yang dilakukan. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang didapatkan dimana penangkap kepiting bakau pada saluran 3 memiliki biaya pemasaran yang besar dikarenakan mempunyai biaya transportasi yang tinggi dan tidak efektif. Keuntungan pemasaran merupakan penjumlahan dari keuntungan yang diterima setiap lembaga pemasaran yang dilalui dalam suatu saluran pemasaran. Berikut adalah tabel keuntungan Pemasaran yang ada di Kecamatan Tarakan Tengah.

Tabel 6. Keuntungan lembaga pemasaran

Tipe Saluran	Lembaga Pemasaran	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)					
		Ukuran Kepiting Bakau					
		H7	H5	H3	CBH	CBK	TG
1	Pedagang pengumpul	13.358	13.358	13.358	13.358	13.358	13.358
	Pedagang kecil	6.522	6.522	6.522	6.522	6.522	6.522
	Pedagang besar	3.000	3.000	3.000	5.000	5.000	3.000
2	Pedagang pengumpul	13.358	13.358	13.358	13.358	13.358	13.358
	Pedagang besar	8.000	8.000	8.000	10.000	10.000	8.000
3	Pedagang Besar	8.000	8.000	8.000	10.000	10.000	8.000

Pada Tabel 6 dapat dilihat keuntungan yang diperoleh oleh setiap lembaga pemasaran berbeda-beda. Keuntungan pemasaran tertinggi terdapat pada tipe saluran pemasaran ke 1 dan 2 yaitu terletak pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul sebesar Rp. 13.358/kg, hal ini disebabkan oleh nilai margin pemasaran dan nilai biaya pemasaran setelah dikurangkan hasilnya lebih tinggi dibandingkan dengan lembaga lainnya sehingga mengakibatkan keuntungan pemasaran tertinggi.

### Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran adalah tujuan akhir dari pengetahuan pemasaran suatu produk atau total biaya dengan nilai produk. Pengertian efisiensi oleh konsumen berbeda dengan pengertian oleh pengusaha. Dimana konsumen menganggap suatu barang efisien apabila mudah mendapatkan barang tersebut dengan harga yang murah sedangkan pengertian dari pengusaha yaitu barang dikatakan efisien apabila mereka memperoleh keuntungan yang tinggi.

Tabel 7. Efisiensi Pemasaran pada kepiting bakau di kecamatan Tarakan Tengah

Tipe saluran	Lembaga pemasaran	Efisiensi Pemasaran					
		H7	H5	H3	CBH	CBK	TG
1	Pedagang pengumpul	0,04	0,06	0,08	0,03	0,07	0,11
	Pedagang kecil	0,02	0,03	0,04	0,02	0,03	0,05
	Pedagang besar	0,04	0,05	0,07	0,02	0,04	0,09
2	Pedagang pengumpul	0,04	0,06	0,08	0,03	0,07	0,09
	Pedagang besar	0,04	0,06	0,07	0,02	0,04	0,12
3	Penangkap	0,22	0,32	0,44	0,16	0,35	0,51
	Pedagang besar	0,04	0,06	0,07	0,02	0,04	0,08

Berdasarkan Tabel 7 tingkat efisiensi pemasaran dari tiap lembaga dan berdasarkan kategori ukuran jenis kepiting bakau, dapat disimpulkan bahwa rantai pemasaran kepiting bakau yang ada di kelurahan selumit pantai ini termasuk dalam kategori efisien karena lebih kecil dari 1. Hal ini sesuai dengan pendapat Sudiono (2004:13) yang mengatakan bahwa “efisiensi pemasaran terjadi bila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran yang lebih tinggi”. menurut (Ahyar & Riani, 2019) semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasarannya. Selaras dengan hasil penelitian dimana pada lembaga pemasaran penangkap pada saluran 3 ini memiliki biaya pemasaran tertinggi sehingga memiliki efisiensi pemasaran terendah sebesar 0,51%, hal ini dikarenakan pada lembaga pemasaran penangkap pada saluran 3 harus mengeluarkan biaya transportasi yang tinggi dikarenakan para penangkap harus keluar secara langsung dari lokasi penangkapan kepiting bakau untuk menjual hasil tangkapan. Hal ini diperkuat hasil penelitian dari (Rasidin et al., 2018) yang mengemukakan efisiensi pemasaran dipengaruhi juga oleh efisiensi sistem transportasi yang menghubungkan lokasi produsen dan konsumen karena biaya transportasi akan mempengaruhi harga penawaran. Menurut (Rasidin et al., 2018) nilai efisiensi pemasaran dapat dihitung untuk mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien atau saluran yang memiliki persentase efisiensi pemasaran paling kecil. Berdasarkan tabel 7 nilai paling kecil atau yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran 1 dan pada lembaga pemasaran pedagang kecil dengan nilai efisien yaitu 0,03%.

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan keuntungan unit penangkapan kepiting bakau (*Scylla spp*) sebesar Rp 5.796.296 perbulan, dengan penerimaan sebesar Rp 8.375.600 perbulan dan biaya total sebesar Rp 2.579.305 perbulan. Unit penangkapan kepiting bakau (*Scylla spp*) sebagai usaha sampingan masyarakat di kecamatan Tarakan Tengah Kota Tarakan mendapatkan hasil R/C sebesar 3.25 yang menunjukkan bahwa usaha tersebut layak dijalankan. Terdapat tiga bentuk pola saluran

pemasaran yang ada di Kelurahan Selumit Pantai Kecamatan Tarakan Tengah yaitu: Saluran I Penangkap kepiting bakau → Pedagang pengumpul → Pedagang kecil → Pedagang besar → Ekspor dan restoran, saluran II Penangkap Kepiting Bakau → Pedagang Ekspor dan restoran → Pedagang Besar → Konsumen akhir, Saluran III Penangkap Kepiting Bakau → Pedagang Besar → Ekspor dan restoran.

Biaya pemasaran terbesar terdapat saluran pemasaran III (tiga) yaitu sebesar Rp 42.436/Kg, margin pemasaran terbesar terdapat pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul dengan margin sebesar Rp 20.000/Kg, dan keuntungan pemasaran tertinggi pada lembaga pedagang pengumpul sebesar Rp 13.358/kg pada saluran pemasaran ke 1 dan 2. Semua lembaga pada setiap saluran pemasaran sudah efisien dengan nilai efisiensi terbaik pada pedagang kecil pada saluran pemasaran 1 dan dengan rata-rata nilai efisiensi pemasaran sebesar 0,03 %.

### Daftar Pustaka

- Ahyar, B., & Riani, I. (2019). *Efisiensi Pemasaran Usaha Pengolahan Kepiting Rajungan di Desa Tiga Kecamatan Tiworo Utara Kabupaten Muna Barat (Studi Kasus Mini Plant Ayu Jaya)*. 6(1), 31–41.
- Aldi, D. (2017). Analisis Pendapatan Usaha Pembesaran Kepiting Bakau ( Studi Kasus : Desa Batang Kilat, Kelurahan Sei Mati, Kec. Medan Labuhan ). In *Scholar*.
- Bangun, Wilson. 2010. Teori Ekonomi Mikro. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Fardiyah, V. I., Gusti, A., & Mulyani, S. (2021). *Analisis Usaha Budidaya Kepiting Bakau untuk Meningkatkan Pendapatan Pembudidaya Tambak di Kabupaten Pangkep*. 3(2), 34–40.
- Febriansyah, E., Nurchaini, D. S., & Fathoni, Z. (2018). Pengaruh Program Desa Mandiri Pangan dalam Meningkatkan Pendapatan Usahatani. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 21(1), 4. <https://doi.org/10.22437/jiseb.v21i1.5093>
- Hanafiah, A. M. dan A. M. Saefudin, Edisi Revisi, 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Meldasari, Suhaimi, A., & Fitrianoor, R. (2018). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Nila di Desa Kupang Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan ( Studi Kasus Pada Kelompok Perikanan Kupang Maju ) ( Efficiency Analysis of Tilapia Marketing Channels in Kupang Village , Lampihong District , Balangan. *Jurnal Sains STIPER Amuntai*, 8(1), 32–40.
- Nugroho, A. Y., & Mas'ud, A. A. (2021). Proyeksi BEP, RC Ratio dan R/L Ratio Terhadap Kelayakan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Taoge di Desa Wonoagung Tirtoyudo Kabupaten Malang). *Journal Koperasi Dan Manajemen* 2 (1), 2(1), 2722–6123.
- Parapat, E. R., & Abdurrachman. (2019). *Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Kepiting Bakau di Kecamatan Seruwah Kabupaten Aceh Tamiang Evi*. 6(1), 54–60.
- Rahim, A., Retno, D., Hastuti, D., & Rusli, N. (2017). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Margin Pemasaran Kepiting Segar Factors Affecting the Marketing Margin of Fresh Crabs*. September, 187–197.
- Rasidin, R., Yusriadi, Y., & Rahman, R. (2018). Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) di Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 4(2004), 84. <https://doi.org/10.26858/jptp.v4i0.6916>
- Setyawan, H. A., Wibowo, B. A., & Mudzakir, A. K. (2021). Margin dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Ikan Tenggiri (*Scomberomorus commerson*) di PPI Tanjungsari Kabupaten Pemalang. *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan*, 11(1), 53–62. <https://doi.org/10.24319/jtpk.11.53-62>
- Singarimbun, Masri. Metode Penelitian Survei. Cetakan Kedua (revisi). Jakarta : PT. Pustaka LP3ES,

anggota IKAP.

Soekartawi, 2002. Analisis Usaha Tani. Jakarta : Universitas Indonesia Press.

Iromo, H., & Zein, Y. A. (2017). Pelurusan Pemahaman Peraturan Pemerintah tentang Budidaya Kepiting Bakau di Kalimantan Utara. Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo (e-ISSN: 2579-9797), 56, 40–43.

Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2017). MODUL 5 Kelayakan Finansial. Kementrian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat, 1–34.

Masugianto, P. (2019). Kondisi Kepiting Bakau (*Scylla sp.*) Hasil Tangkapan Ambau di Sekitar Ekosistem Mangrove dan Tambak Tradisional yang Berada di Kota Tarakan.

Natanael, & Wiharyanto, D. (2016). Potensi Sumberdaya Kepiting Bakau (*Scylla Sp.*) yang diperdagangkan di Kota Tarakan, Propinsi Kalimantan Utara. Jurnal Harpodon Borneo Vol.9. No.1. April.

Soekartawi, Faktor-faktor Produksi, Jakarta: Salemba Empat, (2012),

Sukirno, Sadono. 2008. Makro Ekonomi, Teori Pengantar. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.