

PROSPEK PEMASARAN BENIH IKAN MAS (*CYPRINUS CARPIO L*) MELALUI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PERIKANAN DI KABUPATEN SOPPENG.

Yuliana *)

Abstract : This research aimed to find out the prospect of goldfish seed marketing based on the market demand and opportunity in Soppeng regency.

This research was a descriptive study. The primary were gathered from the farmers and the agents of goldfish seed marketing from the farmers and the agents were obtained from the department of Fishery and office and BBIS. The data werw collected through observation and interview. Then they were analyzed using SWOT analysis.

The results showed that based on SWOT analysis there are internal and external factor indicating that the expansion of market segment of goldfish seed in Soppeng Regency has a good prospect .

Keywords : Goldfish Seed

PENDAHULUAN

Pembangunan perikanan di Sulawesi Selatan lebih diarahkan pada peningkatan sumber daya manusia yang mampu mengelola sumber daya ikan secara optimal dan memperhatikan pelestarian lingkungan hidup. Sejalan dengan arah tersebut dilakukan percepatan pencapaian peningkatan pendapatan dan taraf hidup petani, pemenuhan kebutuhan pangan dan gizi, peningkatan ekspor serta perluasan lapangan kerja dan kesempatan berusaha (Anonim, 2000).

Agar pembangunan perikanan dengan arah seperti di atas dapat diwujudkan, maka pembangunan perikanan pada umumnya dan khususnya perikanan air tawar dilaksanakan melalui pendekatan pembangunan agribisnis terpadu yang berkelanjutan. Orientasinya pada peningkatan produksi dan peningkatan agribisnis, dilakukan secara terpadu dengan memperhatikan sumber daya dan lingkungan hidup.

Komoditi perikanan Sulawesi Selatan yang cukup besar, terbagi atas beberapa jenis ikan yang mempunyai nilai ekonomis dan peluang pasar yang cukup tinggi dan diantaranya adalah ikan mas (*Cyprinus carpio L*) (GBHN, 1998).

Kabupaten Soppeng dengan potensi perikanan yang cukup besar terdiri dari budidaya perikanan sawah 10.000 ha, kolam

pekarangan dan kolam air darat 500 ha, kolam danau tempe 400 ha (telah dikelola 9 ha), danau tempe 3.000 ha, rawa (tappareng Solae), yang terbesar di 6 kecamatan. Potensi tersebut telah dikelola oleh 747 kk petani ikan dan 1.503 kk nelayan (danau, rawa, dan sungai).

Potensi perikanan Kabupaten Soppeng yang cukup besar tersebut,, hingga saat ini belum dikelola secara optimal. Hal ini terlihat dari pencapaian produksi dan produktivitas usaha perikanan yang masih sangat rendah dibanding dengan potensi yang tersedia. Rendahnya produksi dan produktivitas antara lain disebabkan oleh lemahnya sumberdaya manusia, modal, sarana dan prasarana perikanan. Hal ini merupakan tantangan dan sekaligus menjadi peluang untuk mengembangkan dan meningkatkan kegiatan pembangunan perikanan di daerah ini.

Program dan strategi pengembangan perikanan di daerah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan sekaligus menjadi acuan dalam mengambil kebijakan program dan kegiatan di masa datang, supaya seluruh potensi perikanan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan produksi dan produktivitas perikanan dalam menunjang peningkatan taraf hidup petani/nelayan.

Khusus untuk benih ikan mas di Kabupaten Soppeng, permintaan bukan hanya untuk masyarakat setempat, tetapi juga dari berbagai daerah seperti Sengkang-Wajo, Sidrap, Gowa, Takalar, dan Pinrang. Hal ini merupakan potensi permintaan dan potensi pasar yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan pendapatan petani juga penghasilan daerah.

Atas dasar pertimbangan tersebut maka diadakan penelitian untuk mengetahui prospek pemasaran benih mas dengan melihat permintaan dan peluang pasar yang ada.

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan yaitu pada bulan Januari-Maret 2002. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Liriaja Kabupaten Soppeng.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua petani pembenih ikan mas yang ada di Kecamatan Liriaja. Analisis yang digunakan adalah analisa SWOT, yaitu analisa mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap factor internal dan eksternal pemasaran benih ikan mas yang dilanjutkan dengan analisa potensi pasar, potensi permintaan dan peluang pasar untuk mengetahui prospek pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu dari 23 Daerah Tingkat II yang ada di Sulawesi Selatan. Secara geografis Kabupaten Soppeng terletak pada posisi $4^{\circ}06^{\circ}\text{LS}$ sampai $4^{\circ}32^{\circ}\text{LS}$ dan $119^{\circ}42^{\circ}18^{\circ}\text{BT}$ sampai $120^{\circ}86^{\circ}13^{\circ}\text{BT}$. Luas wilayah Kabupaten Soppeng sebesar 1.500 km^2 , dan terdiri 6 kecamatan, 21 kelurahan, 45 desa, 42 lingkungan, 104 dusun. Letak Kabupaten Soppeng kurang lebih 160 km dari Kota Makassar.

Secara administratif wilayah Kabupaten Soppeng berbatasan dengan:

- Sebelah Utara : Kabupaten Sidenreng Rappang

- Sebelah Timur : Kabupaten Wajo dan Bone
- Sebelah Selatan : Kabupaten Bone
- Sebelah Barat : Kabupaten Barru

Kabupaten Soppeng terletak di depresiasi Sungai Walanae yang terdiri dari daratan dan perbukitan. Daratan dengan luas $\pm 700\text{ km}^2$, berada pada ketinggian rata-rata $\pm 800\text{ m}$ di atas permukaan laut. Sedangkan perbukitan yang luasnya $\pm 800\text{ km}^2$ berada pada ketinggian rata-rata $\pm 200\text{ m}$ di atas permukaan laut.

Temperatur udara di Kabupaten Soppeng berada pada sekitar $\pm 24^{\circ}$ sampai 31° keadaan angin berada pada kecepatan lemah sampai sedang dengan curah hujan $225/\text{mm}$ dan 17 hari hujan.

Kecamatan Liriaja adalah merupakan salah satu dari enam kecamatan yang ada di Kabupaten Soppeng, yaitu Kecamatan Marioriwawo, Kecamatan Liriaja, Kecamatan Lirilau, Kecamatan Lalabata, Kecamatan Marioriwawo, dan Kecamatan Donri-Donri. Secara topografis Kecamatan Liriaja mempunyai batas-batas sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Lirilau
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Bone
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Marioriwawo
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Lalabata.

Jarak ibukota Kecamatan Liriaja yaitu Cangadi dengan ibukota Kabupaten Soppeng adalah 13 km. Luas wilayah Kecamatan Liriaja adalah 181 km^2 , dan secara administratif terdiri atas beberapa desa dan kelurahan dan dapat dirinci pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Luas Wilayah Kecamatan Liriaja Dirinci Menurut Desa dan Kelurahan.

Desa/Kelurahan	Luas (Km ²)	Perbandingan (%)
Timusu	13	7,18
Pattojo	8	4,42
Jennae	17	9,39
Jampu	16	8,84
Citta	13	7,18
Galung	11	6,08
Belo	14	7,73
Ganra	31	17,13
Rompegading	13	7,18
Barang	5	2,76
Kampiri	13	7,18
Labae	14	2,76
Appanang	13	7,18
Jumlah	181	100,00

Wilayah Kecamatan Liriaja terdiri dari dataran dan perbukitan dimana bentuk wilayahnya datar sampai berombak sebanyak 75% dan wilayah dengan bentuk berombak sampai berbukit sebanyak 25%. Wilayah Kecamatan Liriaja berada pada ketinggian antara 18-550 meter di atas permukaan laut, dimana ibukota Kecamatan Liriaja dengan desa/kelurahan yang terjauh adalah 16 kilometer yang dapat ditempuh dengan waktu $\pm \frac{1}{2}$ jam.

Wilayah Kecamatan Liriaja berada pada temperatur udara antara 20⁰C sampai dengan 30⁰C dengan curah hujan rata-rata 2338 mm/tahun dan memiliki jumlah hari hujan sebanyak 17 hari.

Keadaan Penduduk

Penduduk merupakan subyek sekaligus obyek dari pelaksanaan ekonomi. Sebagai subyek, penduduk merupakan pelaksana dari kegiatan perekonomian. Sebagai obyek, penduduk merupakan penikmat hasil dari pelaksanaan perekonomian tersebut. Penduduk berdasarkan hasil sensus penduduk akhir tahun 1998 telah mencapai sekitar 234.346 jiwa, sedangkan pada tahun 2000 telah mencapai 234.587 jiwa. Keadaan pertumbuhan penduduk Kabupaten Soppeng tahun 1996 – 2000 terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Kabupaten Soppeng, 1996 – 2000

Tahun	Jumlah Penduduk (orang)
1996	231.657
1997	232.642
1998	233.358
1999	234.346
2000	234.587
Rata-rata	

Kepadatan penduduk Kabupaten Soppeng dengan membandingkan jumlah penduduk dengan luas wilayah akan diperoleh 146,60 jiwa per km² kecamatan yang terpadat penduduknya dalam wilayah Kabupaten Soppeng adalah Kecamatan Liriaja yaitu 225,79 jiwa per km², disusul Kecamatan Lirilau yaitu 212,34 jiwa per km², kemudian Kecamatan Lalabata yaitu 151,37 jiwa per km², Kecamatan Mario-riwaro yaitu 144,67 jiwa per km² dan Kecamatan Donri-Donri yaitu 107,23 jiwa per km². dan penduduk yang terkecil kepadatannya adalah Kecamatan Mario-riawa yaitu 85,93 jiwa per km².

Golongan penduduk usia Kabupaten Soppeng, yaitu sekitar 179.196 jiwa atau 81,49% dari total penduduk. Jumlah penduduk usia kerja tersebut terdiri dari angkatan kerja dan bukan angkatan kerja.

Analisis SWOT dipengaruhi oleh factor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi : umur, pengalaman berusaha, jumlah anggota keluarga, pendidikan, skala usaha, manajemen usaha, sistem penanganan, dan pembinaan. Sedangkan factor eksternal meliputi : sumberdaya (alam dan manusia), benih ikan mas dari daerah lain, dan peluang pasar.

Rumusan strategi pengembangan pemasaran benih ikan mas di Kabupaten Soppeng digunakan model matriks (David dalam Salusu 1996) dan Rangkuti (1997)) dengan membuat silangan antara kekuatan dan peluang yang dimiliki guna peningkatan pemasaran benih ikan, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Strategi Pengembangan Pemasaran Benih Ikan Mas

Faktor Internal		
Faktor Eksternal		
Opportunity	Strategi (SO)	Strategi (WO)
	<ul style="list-style-type: none"> - Pemanfaatan SDM dan sumber daya alam secara optimal. - Penyuluhan dan pelatihan - Peningkatan hubungan antara petani dan pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendidikan formal dan non formal - Penambahan modal - Tingkatkan teknik pembenihan
Threat	Strategi (ST)	Strategi (WT)
	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkatkan kualitas benih - Informasi pasar - Tingkatkan pembinaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Bimbingan teknik pembenihan yang baik - Kursus manajemen usaha

Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal (Matriks IE)

Dalam mempertajam analisis, digunakan analisis IE matriks (Reksohadiprodjo, 1993), Siagian (1995), dan Rangkuti (1997) yang mempunyai tujuan untuk melihat posisi pemasaran benih ikan mas di Kabupaten Soppeng serta melihat arah perkembangan selanjutnya. Langkah-langkah analisis IE (Internal-Eksternal) yaitu :

- I (Kolom I), adalah daftar yang menjadi factor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
- II (Kolom II) diberikan bobot mulai dari 0,1 (paling tinggi) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh factor-faktor tersebut terhadap posisi pemasaran benih ikan mas.

- III (Kolom III), menghitung rating untuk masing-masing factor dengan pemberian skala mulai dari 4 sampai 1 variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan dan peluang), diberikan nilai mulai dari 1 sampai 4 (sangat baik), sedangkan variable yang bersifat negative kebalikannya, misalnya kelemahannya besar sekali nilainya adalah -4, sedangkan kelemahannya di bawah rata-rata, nilainya -1.
- IV (Kolom IV), dilakukan perkalian bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh factor pembobotan pada kolom 4.

Tabel 4. Analisis Faktor Internal Pemasaran Benih Ikan Mas

Uraian	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
1. Pengalaman Berusaha	0,20	4	0,80
2. Jumlah anggota keluarga	0,15	4	0,60
3. Umur petani pembenih	0,10	3	0,30
4. Pembinaan	0,05	2	0,10
Jumlah	0,50		1,80
			1,8 : 4 = 0,45
Kelemahan :			
1. Pendidikan	0,20	-4	-0,80
2. Skala usaha	0,15	-3	-0,45
3. Manajemen usaha	0,10	-2	-0,20
4. Sistem penanganan	0,05	-2	-0,10
Jumlah	0,50		-1,55
			-1,55 : 4 = -0,39

Kekuatan (Strength)

Pengalaman berusaha memiliki bobot tertinggi (0,20) sebab pengalaman merupakan modal utama dalam meningkatkan produksi. Sedangkan umur yang produktif sangat berpengaruh dalam melakukan suatu kegiatan (usaha). Menurut Soeharjo dan Dahlan Patong (1984), bahwa yang termasuk umur produktif yaitu 15 tahun sampai 50 tahun. Lebih cepat 5 (lima) tahun dari batasan yang ditetapkan dalam teori kependudukan yaitu antara 15 tahun sampai 55 tahun. Perbedaan ini hanya disebabkan oleh sudut

pandang yang berbeda. Untuk jumlah anggota keluarga serta pembinaan merupakan factor yang menunjang pengalaman dan umur yang produktif.

Kelemahan (Weakness)

Kelemahan yang diberi bobot tertinggi adalah pendidikan (0,20) sebab dengan rendahnya pendidikan, sangat sulit untuk mengadopsi teknologi atau untuk melakukan perubahan-perubahan baik pola pikir maupun perilaku. Kemudian kelemahan berikutnya manajemen usaha yang rendah, skala usaha dan mutu produk.

Tabel 5. Analisis Faktor Eksternal Pemasaran Benih Ikan Mas

Uraian	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
1. Ketersediaan calon induk yang baik	0,25	4	1,0
2. Kebijakan pemerintah	0,15	3	0,45
3. Kelembagaan	0,10	2	0,20
Jumlah	0,50		1,65
			$1,65 : 3 = 0,55$
Ancaman :			
1. Produksi benih dari daerah lain	0,25	-3	-0,75
2. Cuaca	0,15	-3	-0,45
3. Komoditi substitusi	0,10	-2	-0,20
Jumlah	0,50		-1,40
			$-1,40 : 3 = -0,47$

Peluang (Opportunity)

Peluang yang diberi bobot paling tinggi adalah ketersediaan calon induk yang baik, sebab tanpa atau kekurangan calon induk yang baik merupakan kendala utama dalam pembenihan sebab untuk mendapatkan benih ikan mas yang cukup dan berkualitas tentunya adanya calon induk yang baik. Peluang lain yang menunjang adalah kebijakan pemerintah yang memberi kesempatan kepada petani pembenih/pendeder untuk melakukan usahanya dengan baik. Peluang lainnya adalah kelembagaan.

Ancaman (Threat)

Ancaman yang diberi bobot paling tinggi adalah produksi benih ikan mas dari daerah lain, sebab produksi benih ikan mas di Kabupaten Soppeng merupakan sebagian dari produksi dari berbagai daerah di

Sulawesi Selatan, sehingga apabila produksi benih ikan mas di Kabupaten Soppeng kurang berkualitas, maka konsumen akan cenderung memilih benih ikan mas dari daerah lain. Ancaman selanjutnya adalah cuaca dan komoditi substitusi.

Hasil perhitungan menunjukkan untuk analisis factor internal memberikan nilai positif yaitu 0,06, sedangkan analisis eksternal memberikan nilai positif juga dengan jumlah 0,08. Dalam Analisis SWOT, situasi demikian dapat dapat ditempuh dengan menggunakan strategi pertumbuhan yang agresif yaitu menggunakan semua kekuatan yang dimiliki dalam memanfaatkan peluang yang ada. Dengan demikian usaha pemasaran benih ikan mas dapat terus dijalankan bahkan dapat diperbesar investasinya. Dengan kata

lain pemasaran benih ikan mas mempunyai prospek yang cerah.

Proyeksi permintaan benih ikan mas berdasarkan data 5 (lima) tahun terakhir

dengan menggunakan trend garis lurus (Dejan, 1986).

Tabel 6. Proyeksi Permintaan Benih Ikan Mas untuk Budidaya/Pemeliharaan

Tahun	Budidaya/Pemeliharaan (Ribuan Ikan/Thn)	Permintaan (Ribuan Ikan/Thn)
2000	6,9	1.641.206
2001	6,9	1.646.429
2002	6,9	1.651.646
2003	6,9	1.656.869
2004	6,9	1.662.085

Tabel 6 menunjukkan, pada tahun 2000 jumlah benih ikan mas untuk budidaya/pemeliharaan sebesar 1.641.206 ribuan ikan dan terus mengalami peningkatan sampai tahun 2004 sebesar 1.662.085 ribuan ikan, dengan asumsi budidaya/pemeliharaan tidak berubah selama 5 tahun mendatang. Dengan demikian, hal ini merupakan potensi dan peluang bagi Kabupaten Soppeng dalam hal pemasaran benih ikan mas, dan untuk mengisi peluang tersebut diperlukan pemberdayaan segala kemampuan dan potensi yang dimiliki Kabupaten Soppeng.

Pangsa Pasar :

Kebutuhan benih ikan mas untuk budidaya/pemeliharaan untuk Sulawesi Selatan tahun 2000 sebesar 54.253.358 ribuan ikan/tahun, sementara produksi benih ikan Sulawesi Selatan tahun 2000 sebesar 54.183.000 ribuan ikan dan Kabupaten Soppeng sebesar 8.235.000 ribuan ikan, maka Pangsa pasar (Market Share) (Kotler, 1984) untuk Kabupaten Soppeng adalah 15,18 %. Dengan demikian dari seluruh pangsa pasar benih ikan mas yang ada di Sulawesi Selatan, maka terdapat 15,18 % yang dipasok oleh Kabupaten Soppeng.

Peluang Pasar :

Dalam hal peluang pasar, maka peluang pasar benih ikan mas untuk Kabupaten Soppeng adalah 15,18%.

Dengan demikian peluang pemasaran benih ikan mas untuk Kabupaten Soppeng sangat besar, hal ini ditunjang oleh potensi perikanan Kabupaten Soppeng yang cukup besar pula.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT, terhadap factor internal dan eksternal yang mempengaruhinya, bahwa usaha perluasan pangsa pasar benih ikan mas di Kabupaten Soppeng mempunyai prospek untuk dikembangkan dalam meningkatkan pendapatan petani pada masa mendatang. Ini dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya kekuatan dan peluang. Tetapi berbagai kelemahan dan tantangan senantiasa harus tetap diantisipasi agar tidak menjadi penghalang dalam pengembangan usaha.

SARAN

Perlu adanya perhatian pemerintah Kabupaten Soppeng, dalam upaya peningkatan produksi benih ikan mas dengan kualitas yang baik dan pengembangan pemasaran benih ikan mas dalam bentuk informasi pasar.

DAFTAR RUJUKAN

Anonim, 2000. *Petunjuk Teknis Budidaya Ikan Mas*. Dinas Perikanan Propinsi Sulawesi Selatan.

- _____, 2000. *Revitalisasi Kebijakan Pembangunan Perikanan UPBAT-BBIS Lajoa Soppeng*.
- Dejan, A. 1986. *Pengantar Metode Statistik*. Lembaga Penelitian dan Penerapan Ekonomi dan Sosial (LP3ES), Jakarta.
- GBHN. 1998. *Ketetapan MPR RI No. II/MPR/1998*. Penerbit Apollo. Surabaya.
- Kotler Philip, 1995. *Manajemen Pemasaran ; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Buku Satu. Edisi Ke Delapan. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- _____, 1996. *Manajemen Pemasaran ; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Ke Enam. Jilid 2. Penerbit Erlangga. Jakarta
- _____, 1997. *Manajemen Pemasaran ; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Rodiosunu, 1986. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*. Edisi kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Reksohadiprodjo, 1993. *Manajemen Strategi*. Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta.
- *) Penulis adalah Dosen Jurusan Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Pangkep