

**ANALISIS PERBEDAAN GROSS PROFIT ANTARA PEDAGANG BESAR
DAN PENGECEK IKAN DI PASAR INPRES SANGATTA LAMA**

Meita Sondang Riski
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara Sangatta
Email : meitasondang@yahoo.com
Kaharuddin
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia - Samarinda
Email : kahar_asa@yahoo.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis perbedaan gross profit antara pedagang besar dan pengecer ikan di pasar Inpres Sangatta Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini sepenuhnya memanfaatkan data sekunder sebagai basis data utama dalam proses analisis. Data sekunder yang digunakan adalah data laba kotor (gross profit) penjualan ikan pedagang besar dan pengecer di pasar Inpres Sangatta Lama tahun 2021. Data yang dikumpulkan dari penelitian, kemudian di analisis terhadap prasyarat uji perbedaan. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji Mann Whitney. Pengujian menggunakan bantuan program aplikasi komputer SPSS v.21. Hasil penelitian ini adalah terdapat perbedaan gross profit antara pedagang besar dan pengecer ikan di pasar Inpres Sangatta Selatan. Terbukti nilai Asymp Sig (2 tailed) yaitu 0,003. Jika nilai Asymp Sig < 0,05 maka hipotesis diterima dan jika nilai Asymp Sig > 0,05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan output Test Statistics diketahui bahwa nilai Asymp Sig (2tailed) sebesar 0,003 < 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima.

Kata kunci : gross profit, pedagang besar, pengecer.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan (*archipelagic state*) terluas di dunia dengan jumlah pulau sebanyak 17.504 buah dan panjang garis pantai mencapai 104.000 km, total luas laut Indonesia sekitar 3,544 juta km² atau sekitar 70% dari wilayah Indonesia (Bakosurtanal, dalam Kelautan dan Perikanan dalam angka, 2011). Keadaan tersebut seharusnya meletakkan sektor perikanan menjadi salah satu sektor riil yang potensial di Indonesia. Dalam konteks global, kondisi geografis Indonesia yang strategis di titik silang perdagangan dunia dengan potensi laut besar sudah selayaknya menjadikan Indonesia sebagai pemasok hasil

perikanan terbesar di dunia dan dapat menjadi pasar produk perikanan yang sangat prospektif. Berdasar kondisi-kondisi di atas sangat layak bila Indonesia menjadi *center of supply and demand* bagi produk perikanan.

Kabupaten Kutai Timur adalah bagian dari provinsi Kalimantan Timur yang mempunyai potensi perikanan yang cukup besar. Hal ini dapat dilihat dari luas perairan Kabupaten Kutai Timur sekitar 2.641 km². Potensi yang besar ini menjadi modal bagi masyarakat yang mempunyai mata pencaharian sebagai nelayan maupun pedagang ikan. Berdasarkan distribusinya, pedagang ikan terbagi menjadi pedagang besar dan pengecer. Pedagang besar dan pedagang ecer bergantung dengan nelayan. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli ikan laut dalam jumlah besar yang dalam satu kali pembeliannya mencapai nominal satu kwintal bahkan terkadang lebih. Pedagang besar biasanya mempunyai *supplier* (nelayan) tetap yang setiap hari menyalurkan ikan yang berasal dari tempat pelelangan. Biasanya pedagang besar ini mengambil ikan dari daerah sekitar daerah Sangatta seperti pelabuhan kenyamukan Sangatta, dan Bontang. Pedagang besar hampir menyerupai nelayan, perbedaannya nelayan tidak melakukan fungsi pengangkutan dikarenakan kegiatan pengangkutan ke pembeli telah ditanggung oleh pedagang besar yang menyalurkan ikan kepada pedagang ecer. Pengecer membeli ikan dari pedagang besar dalam jumlah relatif lebih kecil untuk kemudian dijual kembali ke konsumen. Berdasarkan *survey* ekonomi di bulan Desember 2019 pasar Inpres Sangatta Selatan memiliki jumlah pedagang ikan sebanyak 50 orang, dengan kalkulasi pedagang besar berjumlah 10 dan pengecer berjumlah 40 orang.

KERANGKA TEORI

Pedagang Besar dan Pengecer

Di dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Alma (2014:130) pedagang besar adalah kegiatan pemasaran yang menggerakkan barang dari produsen ke pengecer atau lembaga-lembaga lainnya. Pedagang besar biasanya tidak menjual produknya ke

konsumen akhir, dilihat dari jumlah pembelian, pedagang besar membeli produknya dalam jumlah yang besar dengan harga yang lebih murah.

Sedangkan untuk pengecer, Kotler (2009:140) mendefinisikan usaha eceran (*retailing*) adalah semua aktivitas dalam menjual barang atau jasa langsung ke konsumen akhir untuk kebutuhan pribadi dan nonbisnis. Sejalan dengan definisi di atas, Tjiptono (2014:9), menjelaskan kegiatan pengecer (*retailing*) merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis. Ritel merupakan mata rantai yang penting dari saluran distribusi yang menghubungkan keseluruhan dari bisnis dan orang-orang yang mencakup perpindahan secara fisik dan transfer kepemilikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen.

Pendapatan

Adam (2015: 47) menyatakan tentang pendapatan (*revenue*) adalah penambahan bruto (*gross increase*) terhadap modal sehubungan dengan kegiatan perusahaan. Dapat berasal dari penjualan barang, pemberian jasa kepada pelanggan, penyewaan aktiva, peminjaman uang, dan kegiatan lainnya yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh laba. Sedangkan pendapat ahli lainnya, Harnanto (2019:102) menuliskan bahwa pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya. Pendapatan menurut Samryn (2016:57) adalah kenaikan aktiva atau pengurangan kewajiban yang bersumber dari penyerahan barang atau jasa dalam rangka kegiatan komersial perusahaan.

Biaya

Firdaus dan Wasilah (2012: 22) mendefinisikan biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang. Sedangkan pengertian biaya menurut Supriyono (2011:12) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Menurut Mulyadi (2014: 8), dalam arti luas biaya adalah

pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Baldrick, et.al (2013: 23) menjelaskan biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Laba kotor (*gross profit*)

Menurut Soemarno (2005:230), laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Laba disebut juga dengan *income*, *earnings* atau *profit* merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Laba merupakan informasi perusahaan paling diminati dalam pasar uang (Susbramanyam, 2010 : 109). Laba merupakan alat yang tepat untuk mengukur prestasi dari pimpinan dan manajemen perusahaan yang merupakan indikator di dalam berhasil atau tidaknya manajer. Faktor utama dalam besar kecilnya laba adalah pendapatan dan biaya.

Menurut Kasmir (2011:303), jenis-jenis laba terbagi 2 (dua), yaitu :

1. Laba kotor (*gross profit*) artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.
2. Laba bersih (*net profit*) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Hipotesis

Terdapat perbedaan *gross profit* antara pedagang besar dan pengecer ikan di pasar Inpres Sangatta Lama

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini sepenuhnya memanfaatkan data sekunder sebagai basis data utama dalam proses analisis. Data sekunder yang digunakan adalah data laba kotor (*gross*

profit) penjualan ikan pedagang besar dan pengecer di pasar Inpres Sangatta Lama tahun 2021.

Alat Analisis

Data yang dikumpulkan dari penelitian, kemudian di analisis terhadap prasyarat uji perbedaan. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji *Mann Whitney*. Alasan penelitian menggunakan uji *Mann Whitney* adalah :

1. Sampel tidak berpasangan, tidak ada hubungan atau keterkaitan antar dua sampel yang akan dianalisis. Bertujuan untuk membandingkan dua sampel yang tidak saling berpasangan.
2. Uji *Mann Whitney* merupakan bagian dari statistik nonparametrik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar Inpres awalnya bernama PIDA. Kata PIDA merupakan singkatan dari pasar yang disebut sebagai Pasar Ikan Daging Ayam. Pembentukan nama tersebut dibentuk sesuai para pelaku usaha yang berjualan di pasar PIDA pada awal pembentukannya. Seiring berjalannya waktu pedagang lainnya mulai ikut bergabung seperti pedagang sayuran, buah, sembako, baju dan lainnya, Pada awalnya pasar tersebut didirikan oleh Bapak H. Idris dan Bapak H. Amsyah tahun 2001. Dalam pembangunan pasar PIDA lahan tanah pasar dimiliki beberapa pihak, termasuk kepemilikan lahan Bapak H, Bapak H. Amsyah dan pemerintah.

Luas pasar Inpres Sangatta Lama sekitar 100 x 50 meter. Pembangunan pasar ini juga melibatkan bantuan PT. Kaltim Prima Coal (KPC) dibawah kepemimpinan Kades H. Sutiman. Hingga saat ini, pasar berusia lebih dari 20 tahun, bangunan terbagi menjadi 3 (tiga) bangunan dan memiliki 120 meja lapak.

Penyajian Data

Berikut di bawah ini disajikan Tabel 1. dan Tabel 2. Harga Beli dan harga jual Ikan Untuk Pedagang Besar dan Pengecer di Pasar Inpres Sangatta Selatan (2021). Dilihat dari jenis tangkapan ikan di laut, ikan yang sering ditangkap nelayan adalah ikan : layang, gembong, tongkol, sarden, teri, cus-cus, bandeng, bawal, kakap, udang, tengiri dan halo-halo. Rata-rata nelayan menangkap ikan

perharinya memiliki volume yang bervariasi, antara 30 – 90 kg. Dilhat dari harga beli ikan juga bervariasi menurut jenisnya. Harga beli pedagang besar jelas lebih murah dari pada harga beli pengecer ikan karena pedagang besar biasanya mengambil semua hasil tangkapan nelayan. Harga beli pedagang besar menurut jenis ikan paling murah adalah ikan sarden yaitu Rp.4.000,- perkilogram. Sedangkan harga beli termahal adalah cumi-cumi yaitu Rp.50.000,- per kilogram. Harga jual pedagang besar mengikuti dari harga belinya.

Tabel 1.
Harga Beli dan Jual Pedagang Besar Ikan

NO.	JENIS IKAN	VOLUME (KG)	HARGA BELI PEDAGANG BESAR	HARGA JUAL PEDAGANG BESAR	LABA (%)
1	Layang	30	20.000	23.000	15,00
2	Gembong	60	28.000	32.000	14,29
3	Tongkol	60	22.000	25.000	13,64
4	Sarden	90	4.000	7.000	75,00
5	Teri	60	18.000	20.000	11,11
6	Cus-cus	60	12.000	15.000	25,00
7	Bandeng	60	15.000	18.000	20,00
8	Bawal	30	30.000	38.000	26,67
9	Kakap	30	45.000	55.000	22,22
10	Udang	30	35.000	38.000	8,57
11	Cumi-cumi	30	50.000	58.000	16,00
12	Tengiri	30	40.000	48.000	20,00
13	Halo-halo	30	17.000	20.000	17,65

Sumber : data primer 2021

Labanya yang didapat pedagang besar dari penjualan ikan juga bervariasi antara 8,57% - 75%. Ikan yang memberikan keuntungan besar adalah ikan sarden karena harganya murah. Pembeli juga banyak yang membeli ikan ini. Laba terkecil didapat dari penjualan udang karena harganya relatif mahal.

Tabel 2.
Harga Beli dan Jual Pengecer Ikan

NO.	JENIS IKAN	VOLUME (KG)	HARGA BELI PENGECEK	HARGA JUAL PENGECEK	LABA (%)
1	Layang	30	23.000	28.000	21,74
2	Gembong	60	32.000	37.000	15,63
3	Tongkol	60	25.000	30.000	20,00
4	Sarden	90	7.000	10.000	42,86
5	Teri	60	20.000	25.000	25,00
6	Cus-cus	60	15.000	20.000	33,33
7	Bandeng	60	18.000	23.000	27,78
8	Bawal	30	38.000	50.000	31,58
9	Kakap	30	55.000	70.000	27,27
10	Udang	30	38.000	50.000	31,58

11	Cumi-cumi	30	58.000	70.000	20,69
12	Tengiri	30	48.000	55.000	14,58
13	Halo-halo	30	20.000	25.000	25,00

Sumber : data primer 2021

Dari Tabel 3. dapat dilihat dari harga beli pengecer yang lebih tinggi dari pada harga beli pedagang besar karena pengecer menjual lebih sedikit sesuai kemampuan modal nya. Harga beli pengecer menurut jenis ikan paling murah adalah ikan sarden yaitu Rp.7.000,- perkilogram. Sedangkan harga beli termahal adalah cumi-cumi yaitu Rp.58.000,- per kilogram. Harga jual pengecer mengikuti harga belinya. Laba yang didapat pengecer dari penjualan ikan juga bervariasi antara 14,58% - 42,58%. Penjualan Ikan yang memberi keuntungan besar adalah ikan sarden karena harga nya murah. Laba terkecil adalah ikan tengiri karena harganya cukup tinggi.

Tabel 3.
Pendapatan, Biaya dan Laba Pedagang Besar

NO.	JENIS IKAN	PENDAPATAN PEDAGANG BSR	BIAYA PEDAGANG BSR	LABA PEDAGANG BSR
1	Layang	690.000	600.000	90.000
2	Gembong	1.920.000	1.680.000	240.000
3	Tongkol	1.500.000	1.320.000	180.000
4	Sarden	630.000	360.000	270.000
5	Teri	1.200.000	1.080.000	120.000
6	Cus-cus	900.000	720.000	180.000
7	Bandeng	1.080.000	900.000	180.000
8	Bawal	1.140.000	900.000	240.000
9	Kakap	1.650.000	1.350.000	300.000
10	Udang	1.140.000	1.050.000	90.000
11	Cumi-cumi	1.740.000	1.500.000	240.000
12	Tengiri	1.440.000	1.200.000	240.000
13	Halo-halo	600.000	510.000	90.000

Sumber : data primer 2021

Dihat dari pendapatan pedagang besar, ikan gembong memberikan kontribusi pendapatan terbesar per harinya. Cumi-cumi menduduki peringkat kedua terbesar pendapatan pedagang besar dan peringkat ketiga adalah ikan kakap. Namun jika dilihat dari laba pedagang besar, yaitu setelah dikalkulasikan pendapatan dengan biaya pembelian ikan, laba terbesar yang didapat pedagang besar yaitu dari penjualan ikan kakap. Setelah itu laba dari penjualan ikan sarden menduduki peringkat kedua. Rata-rata laba yang didapat dari penjualan ikan per harinya antara Rp.90.000 – Rp.300.000,- sesuai dari volume penjualannya.

Tabel 4.
Pendapatan, Biaya dan Laba Pengecer

NO.	JENIS IKAN	PENDAPATAN PENGE CER	BIAYA PENGE CER	LABA PENGE CER
1	Layang	840.000	690.000	150.000
2	Gembong	2.220.000	1.920.000	300.000
3	Tongkol	1.800.000	1.500.000	300.000
4	Sarden	900.000	630.000	270.000
5	Teri	1.500.000	1.200.000	300.000
6	Cus-cus	1.200.000	900.000	300.000
7	Bandeng	1.380.000	1.080.000	300.000
8	Bawal	1.500.000	1.140.000	360.000
9	Kakap	2.100.000	1.650.000	450.000
10	Udang	1.500.000	1.140.000	360.000
11	Cumi-cumi	2.100.000	1.740.000	360.000
12	Tengiri	1.650.000	1.440.000	210.000
13	Halo-halo	750.000	600.000	150.000

Sumber : data primer 2021

Untuk pendapatan pengecer, ikan gembong memberikan kontribusi pendapatan terbesar perharinya. Cumi-cumi dan ikan kakap menduduki peringkat kedua terbesar pendapatan pengecer. Namun jika dilihat dari laba pengecer, yaitu setelah dikalkulasikan pendapatan dengan biaya pembelian ikan, laba terbesar yang didapat pedagang besar yaitu dari penjualan ikan kakap. Setelah itu laba dari penjualan ikan bawal menduduki peringkat kedua. Rata-rata laba yang didapat dari penjualan ikan per harinya paling rendah Rp.150.000,- dan paling tinggi sebesar Rp. 450.000. Laba didapatkan dari volume penjualannya.

Analisis Data

Menganalisis perbedaan *gross profit* antara pedagang besar dan pengecer ikan di pasar Inpres sangatta Selatan, penulis menggunakan uji beda yaitu uji *Mann Whitney* yang merupakan uji nonparametrik. Hasil pengujian menggunakan bantuan program aplikasi komputer SPSS v.21. Uji beda *Mann Whitney* digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel yang berbeda dan tidak berhubungan. Hasil uji dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 5.
Hasil Uji Mann Whitney
Ranks

	pedagang	N	Mean Rank	Sum of Ranks
gross profit	pedagang besar	13	9,15	119,00
	pengecer	13	17,85	232,00
	Total	26		

Sumber : Hasil pengolahan SPSS (2021)

Test Statistics^a

	gross profit
Mann-Whitney U	28,000
Wilcoxon W	119,000
Z	-2,927
Asymp. Sig. (2-tailed)	,003
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,003 ^b

a. Grouping Variable: pedagang

b. Not corrected for ties.

Hasil pengujian di atas menggunakan uji *Mann Whitney* dapat dilihat dari nilai *Asymp Sig* (2 tailed) yaitu 0,003. Jika nilai *Asymp Sig* < 0,05 maka hipotesis diterima dan jika nilai *Asymp Sig* > 0,05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan output *Test Statistics* diketahui bahwa nilai *Asymp Sig* (2tailed) sebesar 0,003 < 0,05, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan *gross profit* antara pedagang besar dan pengecer ikan di Pasar Inpres Sangatta Lama.

Pembahasan

Laba penjualan dalam penelitian ini tidak memasukkan biaya tetap dan biaya variabel, hanya menghitung dari biaya beli ikan per hari nya. Penulis sudah mengamati biaya tetap dan biaya variabel pedagang besar lebih besar daripada biaya tetap dan biaya variabel pengecer. Per hari nya pedagang besar membutuhkan biaya tetap dan variabel sebesar kurang lebih Rp.500.000,- per harinya. Biaya tersebut dikeluarkan untuk pembelian es batu (biaya terbesar), operasional angkutan seperti bensin dan lainnya. Sedangkan pengecer lebih

membutuhkan biaya tetap dan variabel lebih kecil, biasanya untuk pembayaran sewa lapak harian, lampu, kresek untuk membungkus dan lainnya. Biaya yang dibutuhkan pengecer perharinya untuk volume ikan yang sama dengan volume ikan pedagang besar sebesar kurang lebih Rp. 300.000,- dan biaya ini dibagi dari banyaknya pengecer yang membeli ikan kepada pedagang besar.

Penulis lebih fokus kepada laba yang merupakan selisih dari total penjualan ikan dengan total pembelian ikannya. Laba tersebut (per jenis ikan) kemudian dibandingkan antara pedagang besar dan pengecer. Menggunakan aplikasi komputer SPSS, penulis mendapatkan hasil *Test Statistics* diketahui bahwa nilai *Asymp Sig (2tailed)* sebesar $0,003 < 0,05$. Hasil ini menggunakan uji *Mann Whitney* untuk pengujian *independent sample t test* nonparametrik.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan *gross profit* antara pedagang besar dan pengecer ikan di pasar Inpres Sangatta Selatan.

Saran-saran

Disarankan kepada pedagang besar atau pengecer, jika ingin memperbesar profit :

1. Dengan jalan memperbesar volume penjualannya atau memperkecil harga belinya.
2. Menjual ikan dengan jujur tanpa mengurangi berat timbangan, karena konsumen akan membeli kembali ikan yang dijual (baik untuk jangka panjangnya) jika timbangan tidak dikurangi.
3. Menjual ikan dengan kualitas yang baik seperti ikan yang masih segar.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.

- Ahmad, Firdaus, dan Abdullah, Wasilah. 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV Alfabeta.
- Baldric Siregar, Bambang Suripto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Frasto Biyanto. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harnanto. 2019. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Yogyakarta : ANDI.
- Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya*. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Samryn, L. M. 2015. *Pengantar Akuntansi : Metode Akuntansi Untuk Elemen Laporan Keuangan Diperkaya Dengan Perspektif IFRS dan Perbankan*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Soemarno, 2005. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Buku 2. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat
- Subramanyam. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Supriyono. 2011. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Raja Grafindo Persada.