

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUDIDAYA RUMPUT LAUT (*Eucheuma Cottonii*) DI KABUPATEN SUMENEP

Doni Ferdiansyah, S.Kel., M.M

Jurusan Ilmu Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Madura

Jl. PP.Miftahul Ulum Bettet Pamekasan

CP 087866101838 Email doni.ferdiansyah@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep, dengan tujuan: (1) mengetahui saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran, (2) menghitung jumlah margin pemasaran dan keuntungan, (3) menghitung persentase tingkat efisiensi pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran rumput laut. Metode pengambilan sampel pada petani dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling* sejumlah 30 responden dan sampel lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling*, sedangkan metode analisis menggunakan analisis margin pemasaran, distribusi pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pertama, saluran pemasaran di Desa Pakandengan Tengah ada dua saluran yaitu petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-perusahaan dan petani-pedagang pengumpul-perusahaan. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran adalah fungsi pertukaran yang terdiri dari penjualan dan pembelian, serta fungsi fisik yang terdiri dari pengeringan, penyimpanan, packaging, dan transportasi. Kedua, margin pemasaran dan keuntungan setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran adalah saluran pemasaran I total margin pemasaran adalah Rp. 10.500/kg dan keuntungan total adalah Rp. 10.250/kg, sedangkan saluran pemasaran II total margin pemasaran adalah Rp. 6.000/kg dan keuntungan total adalah Rp. 5.850/kg. Ketiga, berdasarkan persentase tingkat efisiensi adalah <50% berarti sudah efisien. Nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 2,08% sedangkan nilai efisiensi saluran pemasaran II sebesar 0,83%.

Kata kunci: Pemasaran, Efisiensi Pemasaran

ABSTRACT

This research was conducted at the Central Pakandengan District of Bluto Sumenep, with the aim of: (1) determine the marketing channels and marketing functions, (2) calculate the amount of marketing and profit margins, (3) calculate the percentage level of marketing efficiency at each institution seaweed marketing. Sampling method on farmers is done by using simple random sampling number of 30 respondents and sample marketing agencies using snowball sampling, whereas the method of analysis using the marketing margin analysis, marketing distribution, farmer's share and marketing efficiency. The results show that the first discussion, the marketing channel in the Middle Pakandengan village there are two channels, namely farmer - traders - wholesalers - enterprises and farmers - traders - companies. Marketing functions performed by each agency marketing is exchange function which consists of sales

and purchases, as well as physical function consists of drying, storage, packaging and transport. Second, marketing and profit margins every marketing agencies in each marketing channel is the first marketing channels total marketing margin is Rp. 10,500/kg and the total profit was Rp. 10,250/kg, while the marketing channel II total marketing margin is Rp. 6,000/kg and the total profit was Rp. 5,850/kg. Third, based on the percentage level of efficiency is <50% means it efficiently. I value marketing channel efficiency by 2.08% while the value of the second marketing channel efficiency of 0.83% .

Keywords : Marketing , Marketing Efficiency

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan dengan jumlah pulau 17.508 buah dan panjang pantai 81.000 Km, memiliki peluang dan potensi budidaya komoditi laut yang sangat besar untuk di kembangkan sekitar 26 juta Ha, dan kurang lebih 2 juta Ha diantaranya sangat potensial untuk pengembangan rumput laut dengan produksi rumput laut kering rata-rata 16 ton per Ha. Menurut Maftuhah, *et al.* (2015), berdasarkan data DKP RI tahun 2008, apabila seluruh lahan dapat di dimanfaatkan maka di peroleh kurang lebih 32 juta ton per tahun. Apabila harga rumput laut sebesar Rp. 4,5 juta per ton, maka penerimaan di peroleh sekitar Rp. 144 triliun per tahun. Hal ini dapat menjadi salah satu sumber pemasukan bagi devisa negara, dan juga mampu menjadikan Indonesia sebagai negara pengeksport rumput laut kering terbesar dunia.

Kabupaten Sumenep merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki kontribusi hasil perikanan budidaya yang cukup besar di Jawa Timur yang menjadi salah satu sektor andalan dalam menyokong perekonomian masyarakat Kabupaten Sumenep dengan komoditas unggulan adalah rumput laut. Rumput laut jenis *Eucheuma Cottonii* ini di hasilkan oleh 10 Kecamatan di Kabupaten Sumenep yang terdiri dari Kecamatan Bluto, Saronggi, Giligenting, Ambunten, Dungkek, Gapura, Talango, Ra'as, Arjasa, dan Sapeken dengan luas potensi lahan 243.254 Ha dan luas pengolahan 143.004 Ha. Metode budidaya rumput laut di Kabupaten Sumenep masih di dominasi dengan menggunakan metode rakit sebanyak 69.808 unit dan longline sebanyak 9.158 unit dengan jumlah pembudidaya sebanyak 7.090 orang.

Tabel 1.1
Perkembangan Produksi Rumput Laut Kabupaten Sumenep

No	Tahun	Produksi Basah (ton)	Jumlah Pembudidaya (orang)	Jumlah Rakit (unit)
1	2009	328.100,70	6.415	52.346
2	2010	500.775,10	6.591	56.226
3	2011	533.706,37	7.029	78.342
4	2012	549.717,56	7.029	78.342
5	2013	569.651,41	7.090	78.966

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Sumenep, 2016.

Perkembangan produksi rumput laut di Kabupaten Sumenep terus meningkat dari sebaran kecamatan penghasil rumput laut yang terbesar salah satunya adalah kecamatan Bluto dengan produksi 105.035,26 ton basah dan

17.505,88 ton kering, dimana yang tetap bertahan hingga sampai sekarang. Budidaya tanaman rumput laut telah lama di laksanakan oleh masyarakat pesisir, namun pemasaran hasil rumput laut masih di hadapkan pada berbagai masalah yang antara lain adalah lemahnya posisi tawar petani sehingga harga jual rumput laut lebih banyak di tentukan oleh pedagang tanpa banyak melibatkan petani selaku produsen (Dasion, *et al.* 2014).

Pada masyarakat petani budidaya rumput laut yang ada di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep dimana para petani budidaya rumput laut juga merasa mengalami rugi pada pemasaran hasil produksi rumput laut yang terjual dengan harga rendah tidak ada ketetapan harga di tingkat petani dan kondisi harga yang berfluktuasi menimbulkan ketidak pastian pendapatan yang di peroleh petani, sehingga dengan adanya permasalahan tersebut maka perlunya di lakukan penelitian terhadap efisiensi pemasaran budidaya rumput laut yang ada di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sumenep secara sengaja (*purposive*) karena rumput laut merupakan komoditas unggulan di Kabupaten Sumenep. Waktu penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juni 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah petani yang membudidayakan rumput laut, pengumpul rumput laut, pedagang rumput laut. Penentuan sampel (responden) dalam penelitian ini dilakukan dengan menentukan sampel petani (*simple random sampling*) secara acak dimana petani yang membudidayakan rumput laut memiliki strata yang sama dengan mengambil 30 responden. Sedangkan penentuan sampel lembaga pemasaran dengan (*snowball sampling*) dimana lembaga pemasaran yang akan dipilih berdasarkan petunjuk dari pedagang rumput laut yang ada disana. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer dan data Sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari petani dan pedagang rumput laut. Pengumpulan data primer menggunakan dua metode yaitu kuisioner dan wawancara.

Metode Analisis Data

Analisis Marjin Pemasaran

Analisis margin pemasaran yaitu untuk mengetahui margin pemasaran yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran dengan menggunakan alat analisis margin pemasaran, distribusi margin, dan *share* (bagian) / *farmer's share*. Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih diantara dua lembaga pemasaran rumput laut ditingkat petani dan pengecer.

$$MP = P_r - P_f \dots\dots\dots 3.1$$

Dimana :

MP= margin pemasaran (Rp), P_r = harga rumput laut ditingkat pengecer (Rp), P_f = harga rumput laut ditingkat petani (Rp).

Distribusi margin digunakan untuk mengetahui persentase biaya pemasaran di setiap saluran pemasaran rumput laut. Secara matematis bagian

biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j adalah :

$$SB_{ij} = (cij / (P_r - P_f)) (100\%) \dots\dots\dots 3.2$$

$$cij = H_{jj} - H_{bj} - l_{ij} \dots\dots\dots 3.3$$

Sedangkan keuntungan lembaga pemasaran ke-j :

$$Sk_j = (\pi_{ij} / (P_r - P_f)) (100\%) \dots\dots\dots 3.4$$

$$\pi_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - cij \dots\dots\dots 3.5$$

Dimana :

SB_{ij} = bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (%)

Cij = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp)

P_r = harga rumput laut ditingkat pengecer (Rp)

P_f = harga rumput laut ditingkat petani (Rp)

H_{jj} = harga jual rumput laut lembaga pemasaran ke-j (Rp)

H_{bj} = harga beli rumput laut lembaga pemasaran ke-j (Rp)

l_{ij} = keuntungan untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (Rp)

π_{ij} = keuntungan lembaga pemasaran ke-j (Rp)

Sk_j = bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j (%)

Share (bagian) / *Farmer's share* adalah besaran harga yang akan diterima petani rumput laut dari harga yang dibayarkan konsumen.

$$Sp = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots 3.6$$

Dimana :

Sp = bagian (*share*) yang diterima petani rumput laut (%), P_f = harga ditingkat petani rumput laut (Rp), P_r = harga rumput laut ditingkat konsumen akhir atau harga ditingkat pengecer (Rp).

Analisi Efisiensi Pemasaran

Untuk menjawab tujuan yang ketiga dilakukan dengan cara analisis efisiensi pemasaran yaitu untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran rumput laut pada masing-masing lembaga pemasaran, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$E_{ps} = \frac{B_p}{H_e} \times 100\% \dots\dots\dots 3.7$$

Dimana :

E_{ps} = efisiensi pemasaran, B_p = biaya pemasaran (Rp), H_e = harga eceran (Rp)

Kriteria :

$E_{ps} < 50\%$ efisien, $E_{ps} > 50\%$ tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Budidaya Rumput Laut

Budidaya rumput laut meliputi kegiatan persiapan lahan, penebaran bibit, pemeliharaan dan perawatan hingga panen. Adapun penjelasan kegiatan budidaya rumput laut sebagai berikut :

1. Persiapan Rakit

Budidaya rumput laut di perairan pantai Pakandangan menggunakan metode apung dengan sistem rakit. Ukuran rakit yang banyak digunakan masyarakat adalah ukuran 7x9 meter. Terdapat 6-10 rakit, tiap rakit terdiri dari 60 tali ris dan masing-masing tali ris terdiri dari 70-75 rumpun rumput laut. Pembuatan rakit ini sendiri memakan waktu kurang lebih tiga setengah jam untuk satu rakitnya. Pembuatan rakit ini biasanya dikerjakan oleh laki-laki tetapi perempuan juga ada yang melakukannya.

2. Penanaman Bibit

Budidaya rumput laut ini menggunakan bibit yang diambil dari hasil panen rumput laut yang telah berumur 40-45 hari yaitu dengan jalan memotong menjadi 4-5 bagian untuk kemudian ditanam kembali. Bibit digantungkan pada tali ris yang telah diikat dengan menggunakan tali rafia. Kegiatan ini dikerjakan oleh perempuan. Adapun berat awal tanam adalah 60 kilogram rumput laut basah per rakit. Satu rakit terdiri dari 60 ris yang tiap risnya membutuhkan satu kilogram bibit rumput laut. Jumlah 60 kilogram tadi kemudian diambil sedikit-sedikit untuk digantungkan pada tali ris yang telah diikat tali rafia. Mengikat rumput laut pada tali rafia dikerjakan oleh perempuan. Memasang rumput laut ke rakit biasa dilakukan oleh laki-laki, sebab penanaman dilakukan di laut.

3. Pemeliharaan Rumput Laut

Pemeliharaan dilakukan satu minggu tiga kali yaitu dengan cara menggoyang-goyang tali ris ke atas dan ke bawah, dengan harapan kotoran dapat lepas. Bila sewaktu membersihkan rumput laut ada sebagian yang lepas karena busuk, biasanya langsung diganti dengan memetik sebagian rumput laut yang masih ada. Pekerjaan ini dapat dilakukan oleh laki-laki dan perempuan. Seiring dengan pembersihan kotoran-kotoran dari rumput laut, biasanya juga dilakukan perbaikan-perbaikan sebagian rakit yang rusak, seperti tali ris yang putus, bambuyang patah, tiang pancang yang tercabut, pasak yang patah, adanya hama dan lainnya.

4. Panen

Lama pemeliharaan rumput laut di perairan adalah 40-45 hari. Setelah 45 hari rumput laut di panen. Cara pemanenan di sini ada dua cara yaitu panen petik dan panen total. Panen petik dapat juga dilakukan apabila digunakan untuk pembibitan. Panen total yaitu dilakukan dengan cara melepas tali ris yang terikat pada rakit, dikumpulkan dalam keranjang di bawa ke darat, atau dapat juga dilakukan rakit dibawa ke darat lalu tali ris dilepas dari rakit. Untuk pemanenan ini biasanya dilakukan pada saat air surut. Biasanya tiap satu rakit pada situasi normal untuk ukuran 7x9 meter dapat menghasilkan kurang lebih 350 kilogram.

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran rumput laut di desa Pakandangan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep terdiri dari produsen, pedagang pengumpul, dan pedagang besar. Adapun penjelasan dari tiap-tiap lembaga pemasaran sebagai berikut :

1. Produsen

Produsen adalah seseorang yang melakukan usaha budidaya rumput laut jenis *Eucheuma cottonii* dengan menggunakan laut lepas sebagai media budidaya. Di perairan pantai Pakandangan menggunakan metode apung

dengan sistem rakit. Ukuran rakit yang banyak digunakan masyarakat adalah ukuran 7x9 meter. Tiap-tiap rakit terdiri dari 60 tali ris dan masing-masing tali ris terdiri dari 70-75 rumpun rumput laut. Hasil panen yang diperoleh rata-rata sebanyak 1500 kg (1,5 ton) kering dengan perbandingan rumput laut basah dan rumput laut kering sekitar 10:1, artinya dari 10 kg basah diperoleh 1 kg kering. Pengeringan rumput laut dilakukan di lahan terbuka menggunakan jaring selama 1-3 hari tergantung intensitas sinar matahari. Rumput laut kering dijual kepada pedagang pengumpul dengan kisaran harga Rp. 7.500 sampai Rp. 8.000 per kilogram nya.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang Pengumpul adalah pedagang yang membeli rumput laut dari produsen. Pedagang pengumpul memiliki modal dan gudang penyimpanan sehingga dapat membeli dan menampung stok, serta melakukan pengontrolan kualitas terhadap produk yang hendak dijual. Umumnya rumput laut yang dibeli adalah rumput laut yang telah dikeringkan oleh produsen atau petani rumput laut yang telah dikemas dengan menggunakan karung yang berisi rata-rata 60-80 kilogram rumput laut. Pedagang pengumpul membeli rumput laut kering pada petani dengan harga Rp. 7.500 sampai Rp. 8.000/kg.

3. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah pedagang yang umumnya berada di Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep dan sebagai lembaga pemasaran yang mendistribusikan langsung rumput laut kepada industri-industri di Surabaya, sehingga pedagang besar dapat disebut sebagai Perusahaan. Pedagang besar membeli rumput laut dari pedagang pengumpul yang berada di desa Pakandengan Kecamatan Bluto. Pedagang besar memiliki modal yang besar sehingga mereka dapat menampung sementara rumput laut untuk menunggu harga yang cocok atau harga yang lebih tinggi.

Pedagang besar membeli dari pedagang pengumpul yang kemudian mengirimkan produk yang telah dispesifikasikan dan di standarisasi. Biaya angkut penjualan dari desa Pakandengan ke Kecamatan Bluto di tanggung oleh penjual yaitu pedagang besar. Biasanya produk yang dibeli dari pedagang besar siap dipasarkan ke industri baik lokal maupun ekspor karena telah memenuhi standarisasi. Pedagang besar kemudian menjual rumput laut kepada industri lokal yang berada di Surabaya.

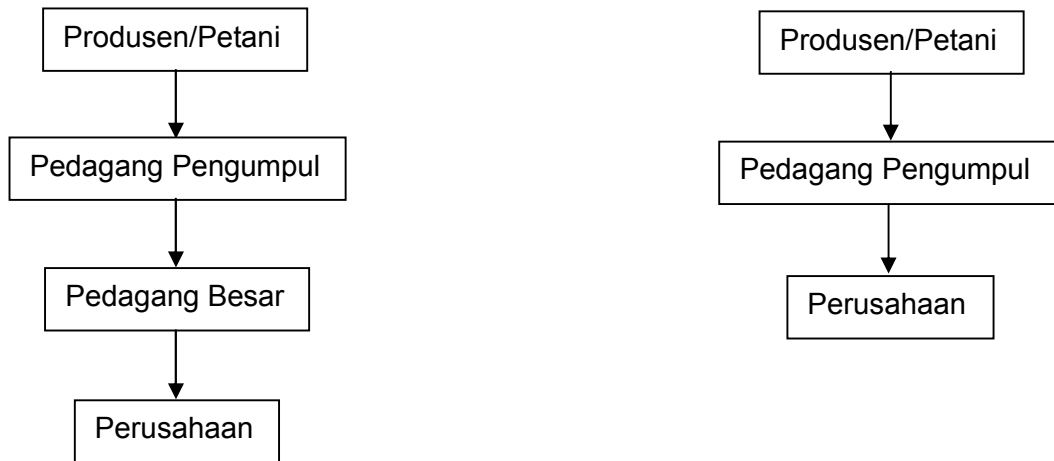
4. Perusahaan

Perusahaan adalah pedagang yang membeli rumput laut dari pedagang besar dan selanjutnya dijual keluar negeri. Perusahaan sebagai lembaga pemasaran melakukan kontrol kualitas yang paling ketat untuk memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh konsumen luar negeri. Syarat-syarat yang biasa ditetapkan oleh pembeli adalah rumput laut dengan kadar air 35% dan bebas dari benda-benda asing misalnya pasir, batu, kayu, dan sebagainya.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah orang atau lembaga yang menjadi penghubung dalam proses pengalihan, pemilikan, dan penyampaian dari produsen kepada konsumen. Berdasarkan hasil wawancara pada responden/petani yang membudidayakan rumput laut diketahui terdapat 2 jenis saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani rumput laut (*Eucheuma cottonii*)

di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. Adapun pola distribusi atau penyaluran rumput laut dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5.1
Saluran Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di desa Pakandengan
Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep

Terdapat 2 saluran pemasaran rumput laut yang terbentuk di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Kabupaten Sumenep, yaitu :

1. Saluran Pemasaran 1 : Produsen – Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar - Perusahaan

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran 1 adalah produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar dan Perusahaan. Produsen menjual hasil panennya langsung kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul kemudian menjual rumput laut kepada pedagang besar yang selanjutnya menjual kepada konsumen/Perusahaan.

2. Saluran Pemasaran 2 : Produsen - Pedagang Pengumpul - Perusahaan

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran 2 adalah produsen, pedagang pengumpul, dan Perusahaan/konsumen. Produsen menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul kemudian langsung menjual rumput laut kepada konsumen/perusahaan karena apabila di jual ke pedagang besar dengan pembayaran kredit tidak secara langsung.

Fungsi Pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran merupakan hal yang penting dalam proses pemasaran. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi pemasaran sesuai dengan kebutuhan lembaga pemasaran tersebut. Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran rumput laut di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.1
Fungsi-fungsi Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*)

Fungsi-fungsi Pemasaran	Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	Perusahaan
Pertukaran:				
a. Pembelian		X	X	X
b. Penjualan	X	X	X	
Fisik:				
a. Transportasi		X	X	
b. Pengeringan		X	X	
c. Penyimpanan		X	X	
d. Packaging		X	X	

Sumber: Data Primer Diolah, 2017.

Beberapa fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran rumput laut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Petani

Hanya melakukan satu fungsi pemasaran pertukaran yaitu, penjualan. Penjualan rumput laut dilakukan secara langsung di Desa Pakandengan Tengah (tempat budidaya). Jenis rumput laut yang dijual bisa dalam kondisi basah atau kering. Penentuan harga ditingkat petani berdasarkan harga ketetapan yang berlaku dipasaran (harga yang ditetapkan di pedagang pengumpul). Tetapi pedagang pengumpul sebagai penentu harga terkuat. Rata-rata harga jual rumput laut pada saat penelitian Rp. 1.500/kg rumput laut basah dan Rp. 7.500/kg rumput laut kering.

2. Pedagang Pengumpul melakukan fungsi pemasaran pertukaran dan fungsi fisik dimana terdiri dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan meliputi:

a. Pembelian

Pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul adalah membeli rumput laut dari petani baik dalam kondisi kering atau basah, kemudian dari pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang besar. Harga beli rumput laut pada saat penelitian adalah Rp. 1.500/kg rumput laut basah dan Rp. 7.500/kg rumput laut kering.

b. Pengeringan

Setelah melakukan pembelian, pedagang pengumpul kemudian melakukan pengeringan rumput laut, fungsi pengeringan ini berlaku apabila pedagang pengumpul membeli rumput laut dalam kondisi basah, sedangkan apabila pedagang pengumpul membeli rumput laut dalam kondisi kering dari petani maka tidak perlu melakukan fungsi pengeringan. Biaya yang dikeluarkan pada fungsi ini meliputi biaya tenaga kerja pengeringan sekitar Rp. 50/kg.

c. Penyimpanan

Pedagang pengumpul melakukan penyimpanan rumput laut setelah membeli dari petani. Apabila membeli dalam kondisi rumput laut basah maka penyimpanan dilakukan setelah melakukan fungsi pengeringan, sedangkan apabila pedagang pengumpul ini membeli rumput laut dalam kondisi kering dari petani maka langsung melakukan penyimpanan. Biaya yang dibutuhkan untuk sewa gudang dalam melakukan fungsi penyimpanan adalah Rp. 25/kg.

d. Packaging

Packaging dilakukan pada saat rumput laut telah kering atau mau di jual atau dipasarkan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam proses pemasaran. Packaging ini menggunakan karung dimana biaya untuk aktivitas packaging ini pembelian karung Rp. 25/kg.

e. Transportasi

Rumput laut yang telah dibeli dari petani kemudian dijual kepedagang pengumpul yang masih ada di Desa Pakandengan, rumput laut tersebut diangkut menggunakan sepeda motor. Biaya transportasi untuk menjual rumput laut ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 50/kg.

f. Penjualan

Pedagang pengumpul menjual rumput laut ke pedagang besar di Desa Tanjung. Untuk pembelian rumput laut kering dari pedagang pengumpul di jual Rp. 7.500/kg dimana harga beli dari petani Rp. 1.500/kg dalam kondisi basah. Selisih keuntungannya dan marginnya lebih besar pada saat pembelian rumput laut basah kemudian pedagang menjual dalam kondisi kering, hal ini terjadi karena pedagang pengumpul lebih banyak melakukan aktivitas pemasaran.

3. Pedagang Besar melakukan fungsi pemasaran pertukaran dan fungsi fisik dimana terdiri dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan meliputi:

a. Pembelian

Pembelian yang dilakukan pedagang besar adalah membeli rumput laut dari petani dalam kondisi basah dan pedagang pengumpul dalam kondisi kering. Harga beli rumput laut pada saat penelitian adalah Rp. 1.500/kg rumput laut basah dan Rp. 7.500/kg rumput laut kering harga tersebut apabila pedagang pengumpul membeli dari petani, sedangkan kalau pedagang besar membeli dari pedagang pengumpul harga belinya berkisar Rp. 7.500/kg rumput laut kering.

b. Pengeringan

Setelah melakukan pembelian, pedagang besar kemudian melakukan pengeringan rumput laut, fungsi pengeringan ini berlaku apabila pedagang besar membeli rumput laut dalam kondisi basah, sedangkan apabila pedagang besar membeli rumput laut dalam kondisi kering dari pedagang pengumpul maka tidak perlu melakukan fungsi pengeringan. Biaya yang dikeluarkan pada fungsi ini meliputi biaya tenaga kerja pengeringan sekitar Rp. 30/kg.

c. Penyimpanan

Pedagang besar melakukan penyimpanan rumput laut setelah membeli dari pedagang pengumpul. Apabila membeli dalam kondisi rumput laut basah maka penyimpanan dilakukan setelah melakukan fungsi pengeringan, sedangkan apabila pedagang besar ini membeli rumput laut dalam kondisi kering dari pedagang pengumpul maka langsung melakukan penyimpanan. Biaya yang dibutuhkan untuk sewa gudang dalam melakukan fungsi penyimpanan adalah Rp. 20/kg.

d. Packaging

Packaging dilakukan pada saat rumput laut telah kering atau mau di jual atau dipasarkan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam proses pemasaran. Packaging ini menggunakan karung dimana biaya untuk aktivitas packaging ini pembelian karungnya Rp. 20/kg.

e. Transportasi

Rumput laut yang telah dibeli dari pedagang pengumpul dan pedagang besar kemudian dijual ke pabrik yang ada di Surabaya untuk kemudian di ekspor, rumput laut tersebut diangkut menggunakan truck. Biaya transportasi untuk menjual rumput laut sampai ke pabrik sebesar Rp. 30/kg.

f. Penjualan

Pedagang besar menjual rumput laut ke pabrik di Surabaya yaitu pabrik khusus ekspor rumput laut. Harga jual pedagang besar ke pabrik rata-rata Rp. 12.000/kg.

Margin Pemasaran dan Biaya Pemasaran

Analisis margin pemasaran adalah perbedaan harga yang terjadi di setiap lembaga pemasaran. Besarnya margin pemasaran ditentukan oleh besarnya biaya pemasaran yang terjadi dengan besarnya keuntungan di setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran suatu produk. Adapun analisis margin pemasaran pada saluran pemasaran I dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.2
Saluran pemasaran I margin pemasaran, distribusi margin, share harga dan keuntungan pemasaran rumput laut

Lembaga Pemasaran	Nilai (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Share Harga (%)
Petani (Pf):			
Harga jual	1500		12,5
Pedagang Pengumpul:			
Harga beli	1500		
Biaya:			
Pengeringan	50	0,48	0,42
Transportasi	50	0,48	0,42
Packaging	25	0,24	0,21
Penyimpanan	25	0,24	0,21
Jumlah:	150	1,44	1,26
Harga jual	7500		
Margin pemasaran	6000		
Keuntungan	5850	55,71	48,75
Pedagang Besar:			
Harga beli	7500		
Biaya:			
Pengeringan	30	0,28	0,25
Transportasi	30	0,28	0,25
Packaging	20	0,19	0,17
Penyimpanan	20	0,19	0,17
Jumlah:	100	0,94	0,84
Harga jual	12000		
Margin pemasaran	4500		
Keuntungan	4400	41,90	36,67
Pabrik/konsumen akhir (Pr):			
Harga beli	12000		
Margin pemasaran total	10500		
Keuntungan total	10250		

Sumber: Data Primer diolah, 2017.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I margin pemasaran adalah Rp. 10.500/kg, dengan keuntungan sebesar Rp. 10.250/kg, dan share harga petani adalah 12,5%. Pada saluran pemasaran I harga rumput laut dari petani sebesar Rp. 1.500/kg, harga jual rumput laut dipedagang pengumpul sebesar Rp. 7.500/kg dengan biaya pemasaran adalah Rp. 150/kg dan keuntungan adalah Rp. 5.850/kg, sedangkan harga jual rumput laut dipedang besar sebesar Rp. 12.000/kg dengan biaya pemasaran adalah Rp. 100/kg dan keuntungan adalah Rp. 4.4000/kg.

Tabel 5.3
Saluran pemasaran II distribusi margin, share harga dan keuntungan pemasaran rumput laut

Lembaga Pemasaran	Nilai (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Share Harga (%)
Petani (Pf):			
Harga jual	1500		20
Pedagang Pengumpul:			
Harga beli	1500		
Biaya:			
Pengeringan	50	0,83	0,67
Transportasi	50	0,83	0,67
Packaging	25	0,42	0,33
Penyimpanan	25	0,42	0,33
Jumlah:	150	2,5	2
Harga jual	7500		
Margin pemasaran	6000		
Keuntungan	5850	97,5	78
Pabrik/konsumen akhir (Pr):			
Harga beli	7500		
Margin pemasaran total	6000		
Keuntungan total	5850		

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran II margin pemasaran adalah Rp. 6.000/kg, dengan keuntungan sebesar Rp. 5.850/kg, dan share harga petani adalah 20%. Pada saluran pemasaran II harga rumput laut dari petani sebesar Rp. 1.500/kg, sedangkan harga jual rumput laut di pedang pengumpul sebesar Rp. 7.500/kg dengan biaya pemasaran adalah Rp. 150/kg dan keuntungan adalah Rp. 5.850/kg.

Tabel 5.4
Rekapan Pemasaran Rumput Laut Saluran I dan Saluran II

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran 1 (Rp/Kg)	Saluran Pemasaran 2 (Rp/Kg)
Petani:		
Harga jual	1500	1500
Pedagang Pengumpul:		
Harga beli	1500	1500
Biaya pemasaran	150	150
Harga jual	7500	7500
Margin pemasaran	6000	6000
Keuntungan	5850	5850
Pedagang Besar:		
Harga beli	7500	
Biaya pemasaran	100	
Harga jual	12000	
Margin pemasaran	4500	
Keuntungan	4400	
Margin pemasaran total	10500	6000
Share harga jual petani	12,5	20
Keuntungan total	10250	5850

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Pada rekapan pemasaran rumput laut diketahui saluran I lebih panjang saluran pemasarannya yang melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran dari pada saluran pemasaran II yang lebih pendek saluran pemasarannya. Saluran pemasaran II *share harga* 20% lebih besar, dengan margin pemasaran Rp. 6.000 lebih sedikit dan keuntungan Rp. 5.850 lebih besar dari pada saluran pemasaran I.

Efisiensi Pemasaran

Dalam proses pemasaran suatu produk dari tangan produsen ke tangan konsumen diperlukan suatu lembaga pemasaran, peran lembaga pemasaran ini sangat diperlukan untuk menjembatani kepentingan produsen dan konsumen. Agar tidak merugikan kedua pihak diperlukan pengetahuan sistem pemasaran yang efisien. Efisiensi pemasaran merupakan suatu hal yang penting, khususnya dalam melindungi lembaga pemasaran dari pembagian yang tidak adil atas pengorbanan yang dikeluarkan serta melindungi konsumen agar harga yang diperoleh sesuai. Akibat dari tatanan saluran pemasaran yang kurang tepat akan menyebabkan tidak tercapainya pemasaran yang efisien.

Efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan ratio biaya pemasaran dibagi dengan nilai produk yang dibayarkan kemudian dikalikan 100%, dan ini disebut dengan E_p . Jika nilai $E_p < 50\%$ maka pemasaran dianggap efisien, sedangkan jika nilai $E_p > 50\%$ maka pemasaran dianggap tidak efisien. Dari uraian sebelumnya telah diperoleh jenis biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Efisiensi pemasaran yang diperoleh pada tiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.5
Efisiensi Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*)

Lembaga Pemasaran	Efisiensi Pemasaran (%)						Keterangan
	Biaya	Harga jual akhir	Saluran I	Biaya	Harga jual akhir	Saluran II	
Pedagang Pengumpul	150	12000	1,25	100	12000	0,83	Efisien Efisien
Pedagang Besar	100		0,83				
Jumlah	250	12000	2,08	100	12000	0,83	Efisien

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa kedua saluran pemasaran rumput laut (*Eucheuma Cottonii*) di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep dinilai efisien karena dari hasil perhitungan menghasilkan nilai efisiensi nya <50%. Pada saluran I, pedagang besar lebih efisien jika dibandingkan dengan pedagang pengumpul. Jumlah efisiensi yang diperoleh oleh lembaga pemasaran rumput laut pada saluran I sebesar 2,08%. Pada saluran II, jumlah efisiensi pemasaran yang diperoleh oleh pedagang besar sebesar 0,83%. Hal ini yang menunjukkan bahwa saluran yang pendek (saluran II) lebih efisien dari pada saluran yang panjang (saluran I).

PENUTUP

Kesimpulan

Saluran pemasaran yang terbentuk di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu 1: Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, Perusahaan, dan 2: Petani, Pedagang Pengumpulan, Perusahaan. Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran adalah fungsi pemasaran pertukaran dan fungsi fisik. Adapun margin pemasaran dan keuntungan setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran adalah pada saluran pemasaran I total margin pemasaran pada keseluruhan perantara adalah rata-rata lebih besar dan keuntungan total yang diperoleh pada saluran I lebih sedikit dari pada saluran pemasaran II. Perhitungan efisiensi pemasaran maka kedua saluran pemasaran rumput laut yang terdapat di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep sudah efisien karena nilai efisiensinya <50%. Nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 2,08% sedangkan nilai efisiensi saluran pemasaran II sebesar 0,83%.

Berdasarkan hasil penelitiandi sarankan agar petani rumput laut (*Eucheuma cotoi*) di desa Pakandengan Tengah Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep dalam memasarkan produksi rumput laut sebaiknya melalui saluran pemasaran II yaitu menjual langsung kepedagang pengumpul karena lebih efisien, serta perlu adanya kebijakan dari pemerintah dalam pemasaran budidaya rumput laut yaitu mengenai ketetapan harga rumput laut di tingkat petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Dasion, Petrus Rajamuda Kolly., Eri, Yusnita Arvianti., Ana, Arifatus Sa'diyah. 2014. Analisis Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma sp*) di Desa Wuakerong Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata. *Buana Sains* Vol. 14 No. 1 : 1 - 10.
- Dinas Kelautan dan Perikanan. 2016. *Profil Rumput Laut Kabupaten Sumenep*. Penerbit: DKP Kabupaten Sumenep.
- Harifuddin., Aisyah., Budiman. 2011. Analisis margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle kabupaten Pangkep. *Jurnal Agribisnis* Vol. X (3). Politeknik Pertanian. Mandalle.
- Maftuhah., Amanatus, Zuhriyah. 2012. Kajian Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*) (Studi Kasus Desa Tanjung, Pademawu, Pamekasan). *Jurnal Agriekonomika* Vol. 1 No. 2. Universitas Trunojoyo Madura.
- Mahatama, E., Miftah Farid. 2013. Daya Saing Dan Saluran Pemasaran Rumput Laut: Kasus Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. Vol. 7 No. 1.
- Ngamel, Anna Kartika. 2012. Analisis Finansial Usaha Budidaya Rumput Laut dan Nilai Tambah Tepung Karaginan di Kecamatan Kei Kecil, Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Sains Terapan* Edisi II Vol. 2 (1) : 68 - 83.