

ANALISIS PEMASARAN RUMPUT LAUT DI DESA LALOMBI KECAMATAN BANAWA SELATAN KABUPATEN DONGGALA SULAWESI TENGAH

Analysis of Seaweed Marketing in Lalombi Village South Banawa District Donggala Regency Central Sulawesi

Saprianti¹⁾, Alimudin Laapo²⁾, Dafina Howara²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.
E-mail : khanzaurima@yahoo.com

²⁾ Staf Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.
E-mail : alimudin_73@yahoo.com, E-mail : dhowara@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this study was to observe the form of seaweed marketing chain, the amount of margin in each marketing chain, and seaweed marketing efficiency in each marketing chain. Respondents selected as sample were seaweed farmers and a trader. Samples of seaweed farmer were chosen by using simple random sampling method. There were 25 respondents interviewed from the total of 50 population. Sample of trader respondent was chosen by using tracing sampling method, and there was 1 trader respondent interviewed. The total number of respondents interviewed was 26 respondents. Result of marketing analysis showed that marketing margin observed in chain I was IDR 4.500; and no marketing margin was observed in chain II because seaweeds were directly sold to consumers. Marketing chain of seaweed in Lalombi village consisted of two chains, namely:

1. Seaweed Farmer → Trader → Consumer.
2. Seaweed Farmer → Consumer.

In the first chain, selling price received by seaweed farmers was 60% with the efficiency value was 40%. In the second chain, selling price received by seaweed farmers was 100% with the efficiency value was 0%; and therefore seaweed marketing chain more efficient was the second marketing chain.

Key Words: Marketing analysis, seaweed.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran rumput laut, besarnya margin pada masing-masing saluran pemasaran, dan efisiensi pemasaran rumput laut pada masing-masing saluran pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan, di Desa Lalombi Kecamatan Banawa selatan Kabupaten Donggala. Responden yang dijadikan *sampel* adalah petani rumput laut dan pedagang pengumpul. Pengambilan *sampel* dilakukan dengan menggunakan metode acak sederhana (*simple random sampling method*) Sebanyak 25 responden petani rumput laut diambil sebagai sampel dari total anggota populasi 50 petani rumput laut. Pengambilan *sampel* responden pedagang dilakukan dengan menggunakan metode penyajakan (*Tracing Method*), sehingga diperoleh 1 orang responden pedagang pengumpul. Jadi, jumlah keseluruhan responden sebanyak 26 orang. Hasil analisis menunjukkan margin pemasaran yang diperoleh untuk saluran I sebesar Rp. 4.500, dan untuk saluran II tidak ditemukan margin pemasaran karena rumput laut langsung dijual oleh petani ke konsumen. Saluran pemasaran rumput laut di Desa Lalombi terdiri atas dua saluran, yaitu :

1. Petani rumput laut → Pedagang Pengumpul → Konsumen.
2. Petani rumput laut → Pedagang Pengumpul → Konsumen.

Pada saluran I, bagian harga yang diterima nelayan sebesar 60% nilai efisiensinya adalah 40%. Pada saluran II, bagian harga yang diterima nelayan sebesar 100% nilai efisiensinya adalah 0%, sehingga saluran pemasaran yang lebih efisien adalah saluran II.

Kata Kunci : Analisis pemasaran, rumput laut.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang sebagian wilayahnya terdiri atas laut. Perairan laut Indonesia mempunyai berbagai macam keunggulan karena terletak di daerah tropis dan memiliki keanekaragaman hayati yang besar sehingga komoditas hayati yang dapat dikembangkan juga beragam. Salah satu sumber daya hayati yang cukup potensial dari perairan laut Indonesia adalah rumput laut (*seaweed*) dengan berbagai jenis. Pada saat ini terdapat sekitar 782 jenis rumput laut yang hidup di perairan Indonesia yang terdiri dari 196 *algae* hijau, 134 *algae* coklat, dan 452 *algae* merah (Kadi, 2007). Rumput laut merupakan salah satu jenis komoditi sektor kelautan dan perikanan yang memiliki nilai ekonomi yang kompetitif yang diharapkan dapat menjadi sumber devisa bagi negara.

Sulawesi Tengah memiliki beberapa komoditi unggul yang layak dipasarkan, salah satunya adalah rumput laut (*sea weed*). Potensi budidaya rumput laut tersebar di beberapa teluk, yaitu Teluk Palu yang mencakup wilayah Kabupaten Donggala dan Kota Palu, Teluk Tomini yang mencakup wilayah Kabupaten Parigi Moutong dan Kabupaten Tojo Una-Una, serta Teluk Tolo yang mencakup wilayah Kabupaten Banggai dan Kabupaten Banggai Kepulauan. (BPS, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran rumput laut pada masing-masing saluran pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala, pada bulan Oktober

sampai dengan Desember 2014. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Lalombi merupakan Desa yang membudidayakan Rumput laut di Kabupaten Donggala.

Penentuan responden pada penelitian ini dilakukan dengan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*) dimana unsur dalam semua populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk menjadi sampel peneliti. Jumlah populasi dalam penelitian sebanyak 50 orang, diambil sampel 25 orang petani rumput laut sehingga dapat mewakili populasi petani yang ada di Desa Lalombi. Menurut Rozaini (2003), proses pengambilan sampel dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel.

Penentuan sampel pedagang Rumput Laut di Desa Lalombi digunakan metode penjajakan (*Tracing sampling*), yaitu pengambilan sampel yang didasarkan atas informasi petani sampel mengenai pedagang yang membeli rumput laut. Dari hasil penjajakan tersebut terjaring 1 orang responden pedagang pengumpul, sehingga total responden sebanyak 26 orang.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari lapangan dengan mengadakan observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Quistioneiry*). Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur-literatur dan instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan dianalisis berdasarkan rumus sebagai berikut :

1. Menurut Arinong dan Kadir (2008), untuk menghitung jumlah margin pemasaran yang diperoleh pada masing-

masing lembaga pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut :

$$M = H_p - H_b$$

Dimana :

M = Margin Pemasaran

H_p = Harga Penjualan (Rp)

H_b = Harga Pembelian (Rp)

2. Selanjutnya Menurut Sisfahyuni *dkk.* (2008), mengukur efisiensi pemasaran melalui efektifitas pasar yang diukur berdasarkan bagian harga yang diterima produsen dengan rumus sebagai berikut :

$$P_s = H_p / H_k \times 100\%$$

Dimana :

P_s = Bagian Harga yang diterima Produsen (%)

H_p = Harga Produsen (Rp)

H_k = Harga Konsumen (Rp)

Makin tinggi bagian harga yang diterima produsen (P_s), makin efektif pasar, makin efisien pemasaran. Jadi, efisien pemasaran dihitung dengan rumus sebagai berikut Yantu *dkk* (2008):

$$E_p = (100 - P_s) \times 1\%$$

Dimana :

E_p = Efisiensi Pemasaran (%)

P_s = Bagian Harga yang diterima Produsen (%)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden. Petani responden dan lembaga pemasaran memiliki karakteristik yang berbeda-beda, karakteristik yang dimaksud adalah tingkat umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusahatani atau pengalaman berdagang.

Umur responden akan mempengaruhi kemampuan kerja fisik dalam mengelola suatu usaha. Umumnya responden yang berusia muda dan sehat memiliki kekuatan dan semangat yang tinggi dibanding responden yang berusia lebih lanjut.

Klasifikasi umur responden rumput laut di Desa Lalombi masih tergolong usia produktif yaitu 27-59 tahun, Menurut BPS

(2011) umur produktif berada pada batasan 15-64 tahun.

Pengalaman berusaha umumnya sangat erat berhubungan dengan tingkat umur petani, semakin tua umur petani semakin lama pengalaman usahatannya, dengan demikian tindakan yang diambil biasanya terencana sehingga resiko yang didapatkan dalam berusaha akan lebih kecil. Pengalaman merupakan suatu pelajaran yang berharga bila dimanfaatkan dengan baik khususnya dalam pengelolaan usaha petani yang mempunyai pengalaman lebih banyak akan lebih berhati-hati dalam bertindak dan mengantisipasi perubahan yang terjadi dalam kegiatan usahanya.

Jumlah anggota atau tanggungan keluarga responden merupakan beban bagi keluarga tersebut untuk menyediakan segala kebutuhan hidupnya, disisi lain juga merupakan tenaga kerja untuk menggarap usahanya. Beban keluarga yang dimaksud yakni biaya yang dikeluarkan untuk hidup sehari-hari dengan anggota keluarganya.

Saluran Pemasaran Rumput Laut.

Saluran pemasaran rumput laut di Desa Lalombi dikategorikan sederhana, dibagi menjadi dua saluran pemasaran yaitu : (1) Petani Produsen – Pedagang Pengumpul – Konsumen Akhir dan (2) Petani Produsen – Konsumen Akhir. Saluran pemasaran pertama, petani menjual rumput laut ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual kembali rumput laut kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran kedua, petani langsung menjual rumput laut kepada konsumen akhir. Responden Petani yang diambil dalam penelitian ini 25 petani dengan total produksi rumput laut sebanyak 12.500 kg. Dari 25 responden 9 responden pada saluran pertama menjual produksi rumput laut kepada pedagang pengumpul dengan jumlah volume penjualan yaitu 4.500 kg sedangkan 16 responden pada saluran kedua menjual produksi rumput laut langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara atau lembaga pemasaran dengan jumlah volume penjualan sebanyak 8.000 kg kepada konsumen akhir.

Hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran rumput laut di Desa Lalombi adalah :

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli rumput laut langsung dari petani produsen, hasil pembelian tersebut dikumpulkan kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir.

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (produsen) atau biaya dari balas jasa-jasa pemasaran, atau selisih antara harga penjualan dengan harga pembelian. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui aliran biaya pada setiap lembaga yang terlibat dalam pemasaran.

Margin keseluruhan untuk saluran pertama.

$$\begin{aligned} M &= H_p - H_b \\ &= \text{Rp } 14.500 - \text{Rp } 10.000 \\ &= \text{Rp } 4.500 \end{aligned}$$

Efisiensi pemasaran merupakan rasio antara output dan input. Efisiensi pemasaran diukur berdasarkan bagian harga yang diterima oleh produsen. Hasil penelitian menunjukkan bagian harga yang diterima oleh produsen dan efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Lalombi pada kedua bentuk saluran pemasaran pada saluran pertama sebesar 60% dengan nilai efisiensi sebesar 40% dan bagian harga yang diterima petani pada saluran kedua sebesar 100% dengan nilai efisiensi sebesar 0%. Berdasarkan dari uraian diatas saluran yang lebih efisien adalah saluran pemasaran kedua hal ini dikarenakan saluran pemasaran kedua terbilang lebih pendek dibandingkan saluran pemasaran pertama serta karena tidak ada lembaga pemasaran yang terlibat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan di Desa Lalombi Kecamatan

Banawa Selatan Kabupaten Donggala. Diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran rumput laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala dikategorikan sederhana, dibagi menjadi dua saluran pemasaran yaitu: (1) Petani Produsen – Pedagang Pengumpul – Konsumen Akhir dan (2) Petani Produsen – Konsumen Akhir. Margin pemasaran pada saluran pertama sebesar Rp. 4.500/kg dan margin pemasaran pada saluran kedua tidak ada karena petani rumput laut langsung menjual produknya kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara atau lembaga pemasaran.
2. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pertama 40% dan untuk saluran kedua nilai efisiensinya 0%, saluran pemasaran yang lebih efisien adalah saluran kedua.

Saran

Melalui penelitian ini disarankan kepada petani rumput laut sebaiknya menggunakan saluran kedua karena biaya yang dikeluarkan relatif kecil sehingga dapat memberikan keuntungan yang lebih besar lagi kepada petani rumput laut yang ada di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala.

DAFTAR PUSTAKA

- Arinong, A.,R., dan Kadir, 2008. *Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kakao di Desa Timbuseng, Kecamatan Pattalassang, Kabupaten Gowa*. J. Agribisnis. Vol. 4 No. 2 (30-33).
- BPS, 2014. *Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah*. Palu.
- Kadi, A., 2007. *Potensi Rumput Laut di Beberapa Perairan Indonesia*. <http://www.oseanografi.lipi.go.id>. Diakses pada Tanggal 17 Januari 2013.
- Rozaini, 2003. *Teknik sampling. On-Line, Melalui (http://Library.usu.ac.id/fkm/fkm.rozaini.pdf)*. Diakses pada Tanggal 11 Maret 2014.
- Sisfahyuni, Ludin, dan Taufik,dan M.R. Yantu, 2008. *Efisiensi Tataniaga Komoditi Kakao Biji Asal Kabupaten Parigi Moutong Propinsi Sulawesi Tengah*. J. Agrisains. 9(3): 150-159.