

**EFISIENSI PEMASARAN RUMPUT LAUT  
( *Eucheuma cottoni sp* ) DI DESA BIANGKEKE KECAMATAN  
PA'JUKUKANG KABUPATEN BANTAENG**

**IRNAWATI  
105960163114**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

**EFISIENSI PEMASARAN RUMPUT LAUT  
( *Eucheuma cottoni sp* ) DI DESA BIANGKEKE KECAMATAN  
PA'JUKUKANG KABUPATEN BANTAENG**

**IRNAWATI  
105960163114**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Strata Satu (S-1)**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Efisiensi Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma coltoni sp*) di  
Desa Biangkke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

Nama : Irnawati

Stambuk : 105960163114

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Telah diperiksa dan disetujui  
Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP  
NIDN: 0006025802

Pembimbing II



Khaerivah Darwis, SP., M.Si  
NIDN: 0918018701

Diketahui

Dekan  
Fakultas Pertanian



  
H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.  
NIDN: 0912066901

Ketua  
Program Studi Agribisnis



Dr. Sri Mardiaty, SP., MP  
NIDN: 0921037003

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Efisiensi Pemasaran Rumput Laut( *Eucheuma cottoni sp* )  
di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten  
Bantaeng

Nama : Inawati

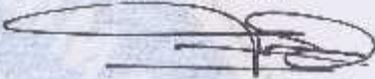
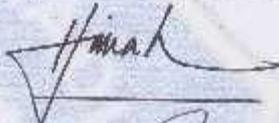
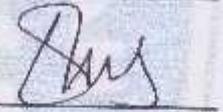
Stambuk : 105960163114

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

### KOMISI PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. <u>Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP</u> Ketua Sidang	
2. <u>Khaeriyah Darwis, SP., M.Si</u> Sekertaris	
3. <u>Prof.Dr.Ir.Hj.Ratnawati Tahir,M.,Si.</u> Anggota	
4. <u>Ir.Nurdin Mappa,M.</u> Anggota	

Tanggal lulus: .....

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **Efisiensi Pemasaran Rumput Laut( *Eucheuma cottoni sp* ) Di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini.

Makassar, Juli 2018

Irnawati

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik, guna memenuhi salah satu syarat studi pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar,

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terutama kepada pembimbing yakni Bapak Dr. Ir. Abubakar Idham, MP dan Ibu Khaeriyah Darwis, SP, M.Si yang bersedia meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, serta kepada kedua tim penguji yang telah memberikan kritikan dan saran dalam penyempurnaan hasil akhir laporan penelitian ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah SWT membalas segala jerih payahnya, Amin. Ucapan yang sama penulis sampaikan kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta staf atas dorongan, motivasi yang diberikan, semoga Allah SWT membalas dengan pahala yang berlipat ganda.
2. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar beserta staf, semoga segala aktifitas yang dilakukan mendapat rahmat dan hidayat dari Allah Yang Maha Kuasa.

3. Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar atas bantuan kelengkapan administrasi yang penulis butuhkan, semoga segala jerih payahnya bernilai ibadah disisi Nya.
4. Para Dosen Pertanian dengan berbagai pengetahuan yang telah diberikan kepada Penulis, semoga segala amalan yang dilakukan, diberi pahala yang setimpal dan mendapat rahmat dan Hidayah dalam melakukan tugas-tugasnya.
5. Rekan-rekan mahasiswa dan rekan kerja yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir, semoga Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang membalasnya.

Demikian pula terkhusus kepada Ayah dan Ibundaku, adik, kakak serta saudara-saudaraku, dan seluruh keluarga besar penulis yang memberi bantuan materi dan spritual bagi penulis, semoga segala jerih payahnya mendapat amalan di sisi Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pertanian di masa yang akan datang.

Makassar, Juli 2018

## ABSTRAK

**IRNAWATI**, 105960163114. Efisiensi Pemasaran Usahatani Rumput Laut (*Eucheuma cottoni sp*) Di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng, dibawah bimbingan **ABUBAKAR IDHAM dan KHAERIYAH DARWIS**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*).

Populasi dalam penelitian ini yaitu petani dengan pedagang yang membudidayakan Rumput laut dengan jumlah keseluruhan petani 250 orang, penentuan populasi dan sampel dilakukan dengan metode acak sederhana (*simple random sampling*) dengan mengambil sampel 25 orang dari 10% populasi petani rumput laut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa, saluran pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng terdapat II saluran pemasaran. Saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi sebesar 2,64% dan saluran pemasaran ke II sebesar 8.33%. Dari kedua pemasaran tersebut yang paling efisien adalah saluran I.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Rumput Laut.....	6
2.2 Pemasaran .....	8
2.3 Bentuk Saluran Pemasaran .....	9
2.4 Lembaga Pemasaran.....	12
2.5 Margin dan Efisiensi Pemasaran.....	15
2.6 Kerangka Pemikiran .....	26
III. METODE PENELITIAN .....	19
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	19
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20

3.5 Teknik Analisis Data .....	21
3.6 Definisi Operasional .....	22
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	31
4.1 Letak Geografis .....	31
4.2 Kondisi Demografis .....	31
4.3 Kondisi Pertanian .....	36
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	38
5.1 Identitas Responden .....	38
5.2 Pemasaran Rumput Laut .....	43
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	52
6.1 Kesimpulan .....	52
6.2 Saran .....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jumlah Penduduk Desa Biangkeke Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
2.	Keadaan Penduduk Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng Berdasarkan Usia. ....	35
3.	Keadaan Penduduk Desa Biangkeke Berdasarkan Mata Pencarian....	29
4.	Keadaan Penduduk Desa Biangkeke Berdasarkan Pendidikan. ....	37
5.	Umur Responden Petani Rumpu Laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng .....	40
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.....	41
7.	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng .....	42
8.	Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Usaha Tani Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng .....	43
9.	Karakteristik Responden berdasarkan Luas Lahan Petani Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng .....	44
10.	Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Rumput Laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng, 2018	57
11.	Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng, 2018.....	59

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	Teks	<b>Halaman</b>
1. Skema Kerangka Pikir .....		27
2. Pola Saluran Pemasaran Rumput Laut.....		54

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuesioner Penelitian .....	64
2.	Identitas Responden .....	69
3.	Identitas Pedagang Pengumpul .....	70
4.	Identitas Pedagang Besar .....	70
5.	Biaya Pemasaran Untuk Saluran I .....	80
6.	Biaya Pemasaran Untuk Saluran II .....	80

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Salah satu tumpuan pendapatan masyarakat pesisir di Indonesia yaitu adalah pembudidayaan rumput laut, ada berbagai alasan kenapa rumput laut bisa menjadi tumpuan harapan bagi masyarakat pesisir dimasa kini dan yang akan datang :pertama berbagai jenis rumput laut potensial bisa dan relatif mudah dibudidayakan karena teknologinya yang sederhana serta tidak memerlukan pakan dalam pembudidayaannya tetapi cukup dengan kesuburan perairan. Kedua, peluang beberapa jenis rumput laut digunakan sebagai bahan pangan dan sebagai bahan industri sehingga memiliki potensi yang sangat strategis untuk dijadikan komoditas yang bernilai tambah . ketiga, peluang pasar baik untuk pemenuhan kebutuhan dalam negeri maupun permintaan luar negeri (ekspor) cukup tinggi. Keempat, budidaya rumput laut menjadi sumber penghasilan dan sekaligus menjadi peluang usaha serta kesempatan kerja bagi masyarakat pesisir dan terutama pembudidaya golongan kecil kebawah. Selain itu hamparan budidaya rumput laut bisa memperbaiki keseimbangan ekologi perairan (Zamhuri, 2013).

Salah satu komoditi sumberdaya pesisir yang ekonomis adalah rumput laut. Dari ratusan jenis rumput laut yang tersebar di perairan pantai Indonesia, terdapat 4 jenis bernilai ekonomis yaitu marga *Gracilaria*, *Gelidium* dan *Gelidiella* sebagai penghasil agar, dan marga *Hypnea* serta *Euचेuma* sebagai penghasil carrageenan. Usaha pembudidayaan ini dapat dikerjakan para nelayan/petani rumput laut dengan memanfaatkan tenaga kerja keluarga. Menurut Suhendar (2006) prospek agribisnis rumput laut ini masih sangat menjanjikan baik

bagi petani yang membudidayakan maupun industri pengolah rumput laut. Komoditas rumput laut merupakan salah satu komoditas yang masuk dalam program revitalisasi perikanan. Dua alasan penting rumput laut tersebut menjadi pilihan, pertama, pasar produk derivatif dalam bentuk food grade dan nonfood grade sangat bervariasi dan permintaan pasar dunia terhadap produk ini cukup tinggi kedua, penguasaan teknologi budidaya (sistem rakit atau *long line*) mudah diadopsi oleh pembudidaya (Hamid, 2012).

Kabupaten Bantaeng merupakan salah satu pusat distributor rumput laut di Sulawesi Selatan yang pengembangan rumput lautnya tersebar di beberapa kecamatan. Salah satu Kecamatan yang menjadi sentra pengembangan rumput laut di Kabupaten Bantaeng adalah Kecamatan Wilayah ini memiliki luas 100,50 km<sup>2</sup> dengan panjang garis pantai 74 km yang terbagi kedalam 12 desa/kelurahan diantaranya Desa Biangkeke dengan luas wilayah 15.74 km. Dengan kondisi wilayahnya yang terletak <50 m dari permukaan laut. (Dinas Perikanan dan Kelautan, Kabupaten Bantaeng 2016).

Rumput laut yang dibudidayakan pada Kecamatan Pajukukang adalah jenis *Eucheuma cottonii* sp. lokasi di Kecamatan Pajukukang yang memang dianggap sesuai dengan budidaya rumput laut yaitu Desa Biangkeke Lokasi yang terlindung dari pengaruh angin dan gelombang besar, pergerakan arus yang cukup baik, suhu air cocok, air bersih dan bebas pencemaran, dasar perairan berupa pasir bercampur pecahan pecahan karang sangat cocok untuk pertumbuhan rumput laut. Oleh karena itu, selama 3 tahun terakhir, pemerintah daerah telah berupaya dan berusaha untuk meningkatkan produksi rumput laut.

Teknologi pembudidayaan yang sederhana, siklus pembudidayaan yang singkat serta modal yang relatif tidak besar dalam usahatani rumput laut, mendorong petani untuk melakukan usahatani rumput laut (*Eucheuma cottoni* sp.). Namun, hal tersebut tidak diimbangi dengan harga rumput laut. Harga rumput laut cenderung mengalami fluktuasi harga, karena harga yang tidak menentu serta tidak adanya harga standar rumput laut (*Eucheuma cottoni* sp.). Di dalam pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottoni* sp.) umumnya pada saat musim panen raya. sama sekali tidak mempunyai kendala, karena di Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng (Dinas Perikanan dan Kelautan, Kabupaten Bantaeng 2016).

Usahatani rumput laut (*Eucheuma cottoni* sp.) Di Kabupaten Bantaeng tampaknya memiliki arti yang sangat penting, karena langsung berhubungan dengan upaya peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat pesisir. Usahatani rumput laut (*Eucheuma cottoni* sp.) memiliki peluang yang sangat bagus dalam membantu menciptakan lapangan kerja dan sebagai sumber pendapatan. Berdasarkan fenomena diatas, maka penelitian mempunyai inisiatif untuk melakukan penelitian mengenai pendapatan usahatani dan efisiensi pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottoni* sp.)

Meskipun rumput laut merupakan komoditas yang potensial untuk di kembangkan namun permasalahan sering muncul dalam pengembangan komoditas tersebut. Salah satunya masalah pendapatan terkait dengan, hasil produksi dan efisiensi pemasaran, di Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng. Di tingkat pembudidaya rumput laut dari segi pemasaran

tidak memiliki saluran pemasaran yang panjang di Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng.

Efisiensi pemasaran merupakan pangkal pokok dari tujuan yang ingin dicapai dalam setiap sistem pemasaran hasil perikanan. Secara umum, suatu sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan produk dari tingkat petani produsen ke tangan konsumen akhir. Dari uraian yang dikemukakan di atas, maka menarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Efisiensi Pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa’jukukang Kabupaten Bantaeng

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa’jukukang Kabupaten Bantaeng?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa’jukukang Kabupaten Bantaeng?

Berdasarkan penelitian ini, kegunaan penelitian adalah:

1. Penelitian ini diharapkan memberikan pertimbangan dalam perbaikan sistem pemasaran kepada pemerintah untuk tujuan peningkatan efisiensi pemasaran petani rumput laut.
2. Memberikan kontribusi positif terhadap khasanah perkembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran hasil pertanian.

3. Penelitian ini dapat juga menjadi rujukan bagi para peminat bidang ilmu pengembangan pemasaran produk pertanian, khususnya perikanan

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Rumput Laut

Rumput laut merupakan salah satu komoditi sub-sektor perikanan yang mempunyai nilai ekonomis tinggi karena menghasilkan alginat, agar-agar dan karaginan. Alginat, agar-agar dan karaginan mempunyai tingkat kegunaan tinggi dalam berbagai bidang, seperti industri makanan, farmasi, dan kosmetik. Seiring dengan berkembangnya industri tersebut, menyebabkan permintaan rumput laut terus meningkat baik untuk keperluan dalam negeri maupun ekspor. Secara ekonomi rumput laut dapat memberikan sumbangan devisa bagi negara dan meningkatkan pendapatan nasional. Di samping itu budidaya rumput laut ternyata mampu mengubah tingkat sosial - ekonomi masyarakat pantai dan meningkatkan pendapatan serta dapat melindungi sumberdaya pesisir melalui pengalihan kegiatan yang dapat merusak lingkungan misalnya pengambilan karang dan penggunaan bahan peledak untuk penangkapan ikan (Basmal, 2001).

Perairan Indonesia memiliki sumberdaya plasma nutfah rumput laut kurang lebih 555 jenis. Beberapa jenis rumput laut tersebut telah mampu dikembangkan untuk dimanfaatkan dalam berbagai bidang industri. Rumput laut yang dikembangkan di Kabupaten Bantaeng adalah jenis *K.alvarezii*. Jenis ini mempunyai nilai ekonomis penting karena merupakan penghasil karaginan. Dalam dunia industri dan perdagangan, karaginan mempunyai manfaat yang sama dengan agar-agar dan alginat, yakni digunakan sebagai bahan baku untuk industri farmasi, kosmetik, makanan dan lain-lain (Mubarak, 2000).

Peluang pengembangan usaha rumput laut *Eucheuma sp.* Sangat menjanjikan seiring dengan meningkatnya permintaan pasar sehingga peluang ini di manfaatkan oleh masyarakat dengan melakukan usah budidaya. Tujuan utama dalam usaha yaitu memperoleh keuntungan. Semakin banyak keuntungan yang di peroleh, maka usaha akan semakin berkembang . petani atau pengusaha dapat mengetahui seberapa besar keuntungan yang akan atau telah diperoleh dengan membuat suatu analisis usaha. Hasil analisis nantinya dapat digunakan untuk menilai kelayakan usaha yang dijalankan (Khordi,2011).

Rumput laut merupakan tanaman berderajat rendah, biasanya tumbuh melekat pada substrat tertentu, tidak mempunyai akar dan batang serta daun sejati, tapi hanya menyerupai batang yang disebut thallus. Pertumbuhan dan penyebaran rumput laut sangat dipengaruhi oleh toleransi fisiologi dari biota tersebut untuk beradaptasi dengan faktor-faktor lingkungan seperti substrat, salinitas, temperatur, intensitas cahaya, tekanan dan nutrisi. Umumnya rumput laut sering dijumpai tumbuh pada daerah yang memiliki perairan yang dangkal dengan kondisi dasar permukaan air berpasir, sedikit lumpur atau campuran keduanya (Anggadiredja, 2010 )

Budidaya rumput laut sangat menguntungkan karena dalam proses budidayanya tidak banyak menuntut tingkat keterampilan tinggi dan modal yang besar, sehingga dapat dilakukan oleh semua anggota keluarga nelayan termasuk ibu rumah tangga dan anak-anak. Selain itu masa panen dan produksinya relatif singkat jika dibandingkan dengan budidaya laut yang lain misalnya bandeng, udang dan kerang. Pangsa pasar rumput laut pun sangat luas baik dalam maupun

luar negeri. Bahkan dalam tingkat konsumsi (pasar) taraf lokal pun pada pembudidaya masih kualahan untuk mencukupinya, belum lagi ditambah permintaan luar negeri yang kian hari semakin meningkat, bahkan bisa dikatakan tidak terbatas (Suparman, 2014).

## **2.2 Pemasaran**

Pemasaran adalah tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang serta jasa dan yang menimbulkan distribusi fisik mereka. Proses pemasaran yaitu meliputi aspek fisik dan nonfisik. Aspek fisik menyangkut perpindahan barang-barang ke tempat di mana mereka dibutuhkan. Sedangkan pada aspek nonfisik dalam arti bahwa para penjual harus mengetahui apa yang diinginkan oleh para pembeli dan pembeli harus pula mengetahui apa yang dijual. (Firdaus, 2009).

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang dimulai jauh sebelum barang tersebut diproduksi. Keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk,

harga, promosi, dan distribusinya namun tetap memperhatikan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Dengan begitu konsumen akan memiliki pandangan yang baik tentang perusahaan. Perusahaan mengharapkan agar proses pembelian terus terjadi secara berkesinambungan agar usahanya terus berjalan sesuai dengan harapan.

### **2.3 Bentuk Saluran Pemasaran**

Menurut Amirullah (2002), bentuk saluran pemasaran dan distribusi ada dua, yaitu

#### **a. Saluran pemasaran langsung**

Saluran pemasaran langsung adalah suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk menyalurkan barang kepada konsumen secara langsung tanpa melalui perantara. Dalam saluran distribusi ini pengusaha berusaha untuk menyalurkan produk yang dibeli oleh konsumen secara langsung ke tempat konsumen, dengan demikian maka diharapkan konsumen akan merasa puas karena konsumen tidak perlu lagi memikirkan masalah pengangkutan barang yang dibelinya itu ke rumah mereka. Disamping masalah transportasi barang konsumen juga akan mendapatkan keuntungan lain yaitu mereka dapat mengecek keutuhan barang tersebut sesampainya dirumah. Bahkan lebih dari itu biasanya konsumen juga memperoleh fasilitas barang yang dikirimkan kerumah mereka.

Dipihak lain pengusaha juga memperoleh keuntungan dengan adanya kontak langsung tersebut karena mereka akan dapat mengetahui karekteristik

dari konsumen mereka. Dengan adanya informasi tersebut, pengusaha akan dapat mengetahui barang yang sesuai dengan karakteristik konsumen tersebut.

Oleh karena itu, pengusaha harus mengetahui agar mereka dapat menanamkan pengaruhnya, guna memasarkan barangnya dikemudian hari. Disamping pertimbangan tersebut yang perlu diperhatikan oleh pengusaha adalah pasar industri ini pada umumnya merupakan pembelian dalam jumlah yang besar, sehingga memberikan hasil yang besar pula. Konsep ini juga ada terjadi pada pasar pemerintah, karena pasar pemerintah pada umumnya keputusan pembeliannya melibatkan banyak orang.

b. Saluran pemasaran tidak langsung

Saluran pemasaran tidak langsung adalah suatu proses produksi yang dilakukan perusahaan untuk menyalurkan barang produksinya secara tidak langsung, yaitu dengan cara menggunakan perantara dagang, misalnya dengan menggunakan bantuan pedagang besar atau pengecer untuk mengirimkan barang pada konsumen.

Dalam hal ini pengusaha bekerja sama dengan pihak lain untuk membantu menyalurkan barangnya kepada konsumen. Pihak luar tersebut merupakan penyalur atau pedagang perantara. Cara penyaluran tidak langsung ini pada umumnya dilakukan oleh pengusaha lain yang bergerak dalam perdagangan atau penyaluran suatu barang.

Hal ini disebabkan karena barang-barang konsumsi menyangkut lokasi pasar yang sangat luas dan menyebar ke seluruh pasar. Untuk menyalurkan secara langsung bagi barang konvinien akan dibutuhkan biaya yang sangat

mahal. Bagi barang perabot rumah tangga ataupun barang mewah pada umumnya di lakukan dengan penyaluran langsung, karena untuk jenis barang ini frekuensi pembeliannya agak jarang dan nilai atau barang serta jumlah pembelian juga cukup banyak, sehingga penyaluran langsung akan memakai biaya yang tidak terlalu mahal. Di samping itu dalam hal ini pengusaha juga perlu menjalin hubungan yang lebih akrab dengan konsumennya, agar konsumen menjadi konsumen yang loyal.

Yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggannya, antara lain: produsen, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan kelompok masyarakat (Kotler & Armstrong 2004).

a. Produsen

Produsen hasil-hasil pertanian adalah orang yang memproduksi hasil pertanian. Para petani yang berada di desa yang menjual hasil pertaniannya seperti gabah/beras, buah-buahan dan sayur-sayuran merupakan seorang produsen. Tanpa produsen, tidak akan ada hasil pertanian yang dapat dibeli dan dikonsumsi oleh masyarakat/konsumen dan tentunya juga tidak akan ada kegiatan tataniaga dan produsen hasil-hasil pertanian, mereka juga adalah konsumen hasil-hasil industri seperti kain, pupuk, obat-obatan, dan lainnya. Petani produsen dalam proses penjualannya lebih banyak berhubungan dengan pedagang pengumpul (*local assemblers*)

b. Perantara pemasaran

Saluran pemasaran yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan

atau dikonsumsi. Saluran pemasaran berisi sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyanggah berbagai nama, antara lain pedagang, agen, dan fasilitator. Perantara pemasaran membantu perusahaan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan barang ke pembeli akhir.

#### c. Pelanggan

Perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus alat pemasaran. Perusahaan harus mempelajari pasar pelanggannya dengan seksama, karena setiap tipe pasar mempunyai karakteristik sendiri-sendiri yang memerlukan penelitian cermat dari pihak penjual.

#### d. Pesaing

Promosi yang dimiliki para pesaing, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi area keunggulan dan kelemahan kompetitif. Perusahaan yang berhasil adalah yang merancang dan mengoperasikan sistem untuk mengumpulkan keterangan - keterangan secara berkesinambungan tentang para pesaing mereka. Artinya perusahaan harus memberikan nilai dan kepuasan pelanggan yang lebih besar ketimbang para pesaingnya.

### **2.4 Lembaga Perantara**

Perantara adalah lembaga atau individu yang menjalankan kegiatan khusus di bidang distribusi. Pada umumnya alasan utama perusahaan menggunakan perantara adalah bahwa perantara dapat membantu meningkatkan efisiensi distribusi. Dengan adanya perantara, maka kontak penjualan yang terjadi antara produsen dengan pembeli lebih banyak dan sering terjadi. Hal ini berarti

memasukkan perantara kedalam saluran distribusi akan mengurangi jumlah pekerjaan yang harus dilakukan oleh produsen (Winardi, 2004).

Perantara itu sendiri di bagi menjadi dua :

a. Perantara pedagang

Pada dasarnya, perantara pedagang (*merchant middleman*) ini bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya. Dalam hubungannya dengan pemindahan, kegiatan perantara pedagang ini berbeda dengan lembaga lain. Berbagai macam perantara agen, antara lain : perusahaan transpor, perusahaan pergudangan dan sebagainya adapun lembaga-lembaga yang termasuk dalam golongan perantara pedagang menurut (Swastha dan Irawan, 2007) adalah :

1) Pedagang besar

Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain dan atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai yang tidakmenjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir .

2) Pengecer

Pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis).

b. Perantara agen

Perantara agen ini dibedakan dengan perantara pedagang karena tidak mempunyai hak milik atas semua barang yang ditangani. Dengan demikian agen dapat didefinisikan, sebagai lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan

penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan (Swastha dan Irawan, 2007).

Keuntungan dalam menggunakan perantara adalah :

- a. Membantu mencari konsumen
- b. Membantu dalam kegiatan promosi
- c. Membantu penyediaan informasi
- d. Membantu dalam pengepakan dan pembungkusan. (Swastha Irawan, 2007)

Tetapi dalam penggunaan perantara juga terdapat beberapa kendala, yaitu :

- a. Terbatasnya jumlah tenaga pengiriman
- b. Terbatasnya jumlah barang
- c. Terbatasnya jumlah armada pengiriman.

Penetapan saluran distribusi sangat penting bagi perusahaan sebab suatu saluran distribusi yang tepat akan dapat memperlancar arus barang dan jasa sampai ke konsumen akhir

Menurut Armand (2002), lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Dalam melakukan fungsi pemasaran pada prinsipnya ada empat tipe fungsi pemasaran yaitu:

1. Fungsi pertukaran (*Exchange Function*) dalam pemasaran produk-produk pertanian meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hak pemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi penjualan dan pembelian.

2. Fungsi fisik (*Physycal Function*) meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung diperlukan terhadap komoditi-komoditi pertanian, sehingga komoditi-komoditi pertanian tersebut mengalami tambahan guna tempat dan guna waktu.
3. Fungsi penyediaan fasilitas (*Fasilitating Functition*), pada hakekatnya adalah untuk melancarkan fungsi pertukaran dan fungsi fisik, yang melewati standarisasi, penanggulangan resiko, informasi harga, dan penyediaan dana.
4. Fungsi penyimpanan, dalam masyarakat modern sangat kompleks sekali dan membutuhkan biaya yang besar sekali. Usaha untuk mengurangi biaya fungsi penyimpanan ini yang dapat di lakukan adalah 1) menyediakan struktur dan konstruksi tempat penyimpanan sesuai dengan karakteristik hasil pertanian, 2) penggunaan bahan kimia untuk mengurangi atau menghindari serangan hama penyakit selama penyimpanan, 3) perlu dilakukan pengendalian hasil sebelum dilakukan penyimpanan, 4) penetapan waktu panen yang sesuai, dan 5) menekan ongkos fasilitas fisik yang kurang penting.

Apabila Fungsi-fungsi pemasaran diatas berjalan dengan lancar maka aliran produk pertanian dari produsen sampai kepada konsumen akhir mengalami kenaikan nilai guna komoditi-komoditi pertanian.

## **2.5 Margin dan Efisiensi Pemasaran**

Margin pemasaran adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer (konsumen) dengan harga yang diterima oleh produsen. Dengan kata lain, margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat konsumen (harga yang terjadi karena perpotongan

kurva permintaan primer dengan kurva penawaran turunan) dengan harga di tingkat produsen (harga yang terjadi karena perpotongan kurva penawaran primer dengan permintaan turunan) (Hastuti dan Rahim, 2007).

Marjin pemasaran yaitu selisih harga jual dengan harga beli dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. Marjin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Dalam pembahasan ini akan diuraikan marjin pemasaran melalui dari tingkat pedagang pengumpul desa sampai ke pedagang besar pada masing-masing saluran pemasaran (Rosmawati, H, 2011).

Efisiensi pemasaran merupakan tolak ukur atas produktivitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran (Downey dan Steven, 1994 *dalam* Hastuti dan Rahim, 2007).

Dari sudut pandang *marketing mix*, efisiensi pemasaran menurut Downey dan Erickson (1992) *dalam* Hastuti dan Rahim (2007) dapat dilihat dari masing-masing elemen, yaitu :

1. Efisiensi produk merupakan usaha untuk menghasilkan suatu produk melalui penghematan harga serta penyederhanaan prosedur teknis produksi guna keuntungan maksimum.
2. Efisiensi distribusi dinyatakan sebagai produk dari produsen menuju ke pasar sasaran melalui saluran distribusi yang pendek atau berusaha menghilangkan satu atau lebih mata rantai pemasaran yang panjang di mana distribusi produk berlangsung dengan tindakan penghematan biaya dan waktu.

3. Efisiensi harga yang menguntungkan pihak produsen dan konsumen diikuti dengan keuntungan yang layak diambil oleh setiap mata rantai pemasaran sehingga harga yang terjadi di tingkat petani tidak berbeda jauh dengan harga yang terjadi di tingkat konsumen.
4. Efisiensi promosi mencerminkan penghematan biaya dalam melaksanakan pemberitahuan di pasar sasaran mengenai produk yang tepat, meliputi penjualan perorangan atau missal dan promosi penjualan.

Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Efisiensi harga adalah menyangkut harga komoditi pisang gadis mulai dari petani ke pedagang besar sampai ke konsumen akhir pada masing-masing saluran pemasaran.

## **2.6 Kerangka Pikir**

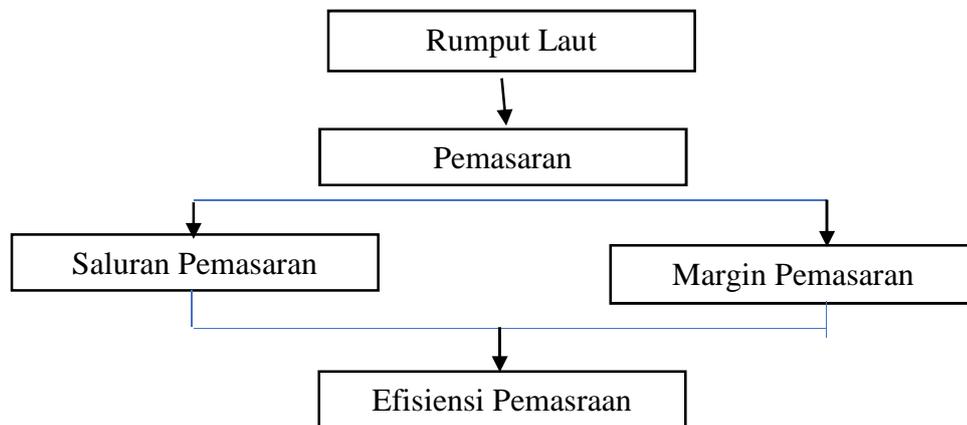
Rumput laut atau alga (*see weed*) merupakan salah satu potensi sumber daya perairan yang sudah sejak lama di dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai bahan pangan dan obat-obatan. Saat ini pemanfaatan rumput laut telah mengalami kemajuan yang sangat pesat yaitu dijadikan agar-agar, align, karaginan (*carrageenan*) dan furselaran (*furcelarran*) yang merupakan bahan baku penting dalam industry makanan, farmasi, kosmetik, dan lain-lain tepatnya Di Desa Biangkeke merupakan sentra pembudidayaan rumput laut Di Kabupaten Bantaeng.

Penelitian ini diawali dengan melakukan suatu analisis pendapatan. Sebagian besar pembudidaya tidak mengetahui seberapa besar pendapatan yang

mereka terima setiap musim panen (40) hari, mereka hanya mengetahui bahwa usaha yang mereka lakukan menguntungkan. Oleh karena itu analisis pendapatan di lakukan untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang mereka terima setiap kali produksi (40) hari.

Ancaman-ancaman yang sering mengganggu keberlangsungan usaha budidaya rumput laut ini adalah petani yang tidak dapat menentukan harga jual karena kurangnya permintaan di daerah local sehingga menyebabkan penumpukan atau kelebihan produk. Selama ini untuk mengatasi masalah tersebut pembudidaya rumput laut mencari informasi atau jaringan-jaringan di luar yang mampu menampung atau membeli hasil budidaya mereka.

Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka dalam kerangka pikir pada dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Efisiensi Pemasaran Usahatani Rumput Laut( *Eucheuma cottoni sp* ) di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Waktu penelitian ini dilakukan selama dua bulan yaitu mulai pada bulan April sampai bulan Juni 2018.

#### 3.2 Teknik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu petani dengan pedagang yang membudidayakan Rumput laut yang berada di Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng, dengan jumlah keseluruhan petani 250 orang, penentuan populasi dan sampel dilakukan dengan metode acak sederhana (*sampel random sampling*) dengan mengambil sampel 25 orang dari 10% populasi simple petani rumput laut. teori sampel dan sampling penelitian menurut (Arikunto, 2006)

Selanjutnya untuk menentukan pemasaran yang ikut berperan dalam saluran pemasaran rumput laut dilakukan secara *Purposive* (sengaja) yakni yang terlibat langsung dengan petani atau produsen, baik pedagang pengumpul yang berjumlah 2 orang dan pedagang besar berjumlah 1 orang.

#### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Berdasarkan simbol-simbol angka tersebut, perhitungan secara kuantitatif dapat

dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter nilai data bisa berubah-ubah atau bersifat variatif.

Proses pengumpulan data kuantitatif tidak membutuhkan banyak waktu dan sangat mudah dilakukan. Data kualitatif adalah data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan. Data kualitatif didapat melalui suatu proses menggunakan teknik analisis mendalam dan tidak bisa diperoleh secara langsung. Dengan kata lain untuk mendapatkan data kualitatif lebih banyak membutuhkan waktu dan sulit dikerjakan karena harus melakukan wawancara, observasi, diskusi atau pengamatan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Data primer adalah sumber data yang di peroleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian hasil pengujian (benda). Data sekunder adalah data yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung, yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Observasi pengamatan, dimana observer hanya melihat keadaan penduduk. (non participant). Untuk melakukan observasi atas kehidupan masyarakat desa tersebut, observer tidak perlu menjadi penduduk desa tersebut, melainkan kalau cukup melakukan peninjauan-peninjauan.

- b. Wawancara yaitu pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan secara langsung terhadap petani yang mengenai sosial ekonomi petani rumput laut.
- c. Dokumentasi yaitu tidak setiap kejadian dapat ditulis dengan jelas didaftar isian maupun pada saat wawancara, namun bila kejadian tersebut akan dapat “bercerita” banyak jadi bila mana kejadian tersebut dilukiskan, dengan gambar atau dengan foto.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu merupakan penelitian yang mendeskripsikan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan kemudian di analisa dan dibuat kesimpulannya. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif:

A. Analisis menggunakan rumus margin pemasaran yaitu :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

Pr = Harga Ditingkat Pengecer (Rp/Kg)

Pf = Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)

Mengetahui efisiensi pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Eps = \frac{BP}{HE} \times 100\%$$

Dimana:

Eps = Efisiensi pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

HE = Harga Eceran

Kriteria: - Eps < 5% Efisien

- Eps > 5% Tidak Efisien

### **3.6 Definisi Operasional**

1. Petani rumput laut adalah petani yang mengusahakan rumput laut pada bulan April sampai dengan Juni 2018 di Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng.
2. Rumput Laut (*Eucheuma cottoni sp*) adalah Jenis tanaman algae yang dibudidayakan oleh petani yang berwarna coklat di Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng.
3. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan hasil rumput laut langsung dari petani.
4. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli hasil rumput laut dari pedagang pengumpul.
5. Saluran pemasaran adalah jalur yang dilalui oleh produk dari produsen ke konsumen akhir.
6. Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima petani rumput laut dengan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dalam satuan Rp/Kg.
7. Biaya pemasaran adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang diukur dalam Rp/Kg.

8. Efisiensi pemasaran adalah kemampuan suatu sistem pemasaran untuk menyampaikan produk ke tangan konsumen dengan harga yang semurah murahnya.

## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **4.1 Letak Geografis**

Secara geografis Desa Biangkeke terletak diwilayah pemerintahan Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng, Jarak dari Ibu kota Kecamatan  $\pm 2$  Km dan jarak dari Ibu kota kabupaten  $\pm 5$  Km. Jika menggunakan kendaraan bermotor maka jarak tempuh kekota kecamatan  $\pm 20$  menit, dan  $\pm 40$  menit menuju Ibu kota kabupaten.

Biangkeke berasal dari nama sungai yang hulunya bernama Biangkeke yang terletak di Kecamatan Tompobulu. Sebutan Biangkeke pertama kali diucapkan oleh KR.NONCI' salah seorang tokoh masyarakat dan kemudian dijadikan sebagai nama kampung.

Luas wilayah Desa Biangkeke 311 Km<sup>2</sup> dengan batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Barat Berbatasan dengan Desa Lumpangang
- b. Sebelah Selatan berbatasan Laut Flores .
- c. Sebelah utara Berbatasan Desa Tombolo.
- d. Sebelah Timur Berbatasan dengan Desa Nipa-Nipa

### **4.2 Kondisi Demografis**

#### **4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

Penduduk merupakan faktor penentu terbentuknya suatu negara atau wilayah dan sekaligus sebagai modal utama suatu negara dikatakan berkembang atau maju, bahkan suksesnya pembangunan disegala bidang dalam negara tidak

bisa terlepas dari peran penduduk, baik dalam segala bidang sosial, ekonomi, politik, budaya, dan pendidikan, sekaligus sebagai faktor utama dalam pembangunan fisik maupun non fisik. Oleh karena kehadiran dan peranannya sangat menentukan bagi perkembangan suatu wilayah baik dalam skala kecil maupun besar.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Desa Biangkeke Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1.	Laki-laki	1593	48,61
2.	Perempuan	1779	51,39
Jumlah		3272	100

Sumber : Kantor Desa Biangkeke, 2017

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang berjenis kelamin wanita lebih banyak dibandingkan penduduk yang berjenis kelamin laki-laki dimana jumlah penduduk perempuan sebanyak 1779 jiwa atau 51,39% dan untuk laki-laki sebanyak 1593 jiwa atau 48,61%.

#### 4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia

Penduduk adalah sekelompok manusia yang bertempat tinggal di suatu tempat dalam kurun waktu yang cukup lama. Usia produktif adalah penduduk pada kelompok usia antara 15 tahun sampai dengan 64 tahun seseorang masuk dalam usia produktif jika sudah melebihi batasan minimum umur yang ditentukan dan tidak melewati batas batas maksimum umurnya. Orang-orang yang masih dapat bekerja dengan baik untuk menghasilkan suatu produk dan jasa dan masih terikat kontrak pekerjaan pada suatu perusahaan dapat dikatakan dia adalah usia produktif.

Tabel 2. Keadaan Penduduk Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng Berdasarkan Usia.

No.	Kelompok Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	0 – 9	261	8,4
2.	10 – 19	343	11,16
3.	20 – 29	498	16,21
4.	30 – 39	547	17,80
5.	40 – 49	549	17,54
6.	50 – 59	352	11,45
7.	60 – 69	419	13,31
8.	70 +	123	4
Jumlah		3272	100

Sumber: Kantor Desa Biangkeke, 2017

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa 19,56% penduduk masih berada di bawah 20 tahun hal ini menggambarkan bahwa penduduk Desa Biangkeke masih berada pada kelompok penduduk usia muda, dan pada umur 20 -29 sampai dengan 60 – 69 tahun dapat dilihat usia produktif biasanya masyarakat sudah dapat berfikir dengan baik karena telah memiliki pengalaman dan ilmu yang cukup, dan pada umur 70 tahun keatas dapat dikategorikan sebagai usia non produktif karena dimana cara bekerjanya tidak seperti lagi orang yang berusia produktif.

#### 4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Kondisi lingkungan dan keadaan alam yang dihuni manusia berbeda-beda. Manusia menempati daerahnya masing-masing, antara lain di daerah perkotaan, pedesaan, pegunungan di sekitar hutan, di sekitar pantai dan lain-lain. Setiap manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan manusia

dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya yang disebut dengan kegiatan ekonomi.

Tabel 3: Keadaan Penduduk Desa Biangkeke Berdasarkan Mata Pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	940	48,49
2.	Peternak	282	16,28
3.	Pedagang	275	10,14
4.	Industri	32	1,84
5.	Angkutan	65	3,75
6.	Jasa	30	1,73
7.	PNS	166	9,58
8.	TNI/POLISI	142	8,19
Jumlah		2932	100

Sumber : Kantor Desa Biangkeke, 2017

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan masyarakat adalah di bidang pertanian dimana masyarakat yang bermata pencaharian sebagai petani sebanyak 840 jiwa dengan persentase 48,49% disini dapat kita lihat bahwa masyarakat Desa Biangkeke masih menggunakan sumber daya alam yang ada untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

#### 4.2.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pengelolaan usahatani. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan seorang petani disuatu desa akan berpengaruh terhadap cara pola pikir masyarakat semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat maka akan semakin bagus kualitas pola pikir masyarakat dengan pendidikan yang tinggi manusia mendapatkan pengetahuan dan ilmu yang lebih tinggi. Berikut keadaan penduduk berdasarkan pendidikan.

Tabel 4: Keadaan Penduduk Desa Biangkeke Berdasarkan Pendidikan.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tidak sekolah	80	3,44
2.	SD	105	4,5
3.	SMP	500	17,22
4.	SMA	850	32,29
5.	D1/D2/D3	346	10,59
6.	S1	510	17,65
7.	S2	245	10,55
8.	S3	86	3,70
Jumlah		2722	100

Sumber : Kantor Desa Biangkeke, 2017.

Tabel 4 di atas menunjukkan tingkat pendidikan masyarakat Desa Biangkeke sudah baik dan maju karena pendidikan masyarakat ada yang sudah mencapai sampai dengan S3 dengan jumlah persentase 3,70, dan tingkat pendidikan paling tinggi di Desa Biangkeke adalah tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 750 dengan persentase 32,29%. Pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi ilmu yang diketahui dengan pendidikan tinggi masyarakat bisa berfikir secara baik-baik untuk bagaimana meningkatkan kesejahteraan ataupun mengambil keputusan dan menerima ilmu-ilmu teknologi yang baru.

### **4.3 Kondisi Pertanian**

Dari sekian banyak pemasukan atau penyumbang pendapatan yang paling besar dari sektor Kelautan dan Sektor Pertanian karena secara umum Desa Biangkeke Dibagi menjadi Dua daerah yaitu Daerah Pesisir Pantai yang terdiri dari Dusun Gallea, Dusun Lambocca, Dusun Makkaninong dan Dusun Bombong dan Daerah Agraris Yang terdiri dari dusun Samataring, Dusun Erasayya, Dusun Perumputan Baru dan Dusun Biangkeke Lama . Dengan Curah Hujan 23 Mm, Suhu rata-rata harian 25 °C dan tinggi dari permukaan laut 1-5 mdl.

#### **1. Sektor Kelautan**

Budi daya Rumput Laut merupakan salah satu komoditi Yang terunggul pada lima tahun terakhir Yang dikembangkan di Desa Biangkeke usaha ini hanya awalnya merupakan mata pencaharian tambahan selain sebagai nelayan penangkap ikan dilaut. Namun karena belakangan ini budi daya rumput laut lebih menguntungkan daripada usaha penangkapan ikan, merekapun beramai-ramai serius menggeluti dan menjadikan usaha ini sebagai pekerjaan utama dan menjadikan usaha nelayan sebagai usaha sampingan. Usaha ini ditekuni karena sistem pemeliharanya yang tidak terlalu sulit Jenis rumput laut yang banyak diusahakan adalah jenis Euscheuma. akan tetapi dengan lajunya perkembangan usaha rumput laut di lain sisi masyarakat terkendala pada proses pengeringan rumput laut , di karenakan karena tidak adanya fasilitas penjemuran yang memadai ditambah kurangnya bibit unggul yang bisa dikembangkan oleh masyarakat dan kurangnya alat pendukung pembudidayaan rumput laut.

## 2. Sektor Pertanian

Tanaman pertanian yang dibudidayakan di Desa Biangkeke berjenis tanaman pangan seperti padi, jagung , kacang tanah , cabe dan tomat. Hal ini terkait kondisi lahan yang kurang memungkinkan karena mayoritas lahan tadah hujan, tanaman pangan juga tergantung musim hujan untuk itu para petani berharap untuk memajukan hasil pertanian yang optimal dibutuhkan sarana pengairan yang memadai melalui pembuatan irigasi dan pengadaan bibit yang bermutu.

## 3. Sektor Peternakan

Selain sektor budidaya rumput laut dan pertanian di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng juga masih mempunyai sektor unggulan lainnya yaitu sektor peternakan. Ada beberapa macam peternakan yang dikembangkan masyarakat diantaranya : ternak Sapi, Kuda dan ternak Kambing dan beberapa ternak lain

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik petani responden yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan petani rumput laut yang mengetahui tentang pendapatan dan efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng Berbagai aspek yang dimaksud selanjutnya, meliputi : a). umur petani b) pendidikan, c). pengalaman berusahatani; dan d) tanggungan keluarga.

#### 5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

. Umumnya seseorang yang masih muda dan sehat memiliki kemampuan fisik yang kuat dibandingkan dengan yang berumur tua. Seseorang yang masih muda lebih cepat menerima hal-hal baru, berani mengambil resiko dan lebih dinamis, seseorang yang relatif tua mempunyai kapasitas penggolongan yang lebih matang dan memiliki banyak pengalaman dalam mengelola usahanya. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai kelompok umur responden sebagai berikut:

Tabel 5. Umur Responden Petani Rumpu Laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

No	Kelompok Umur (tahun)	Jumlah Responden	Persentase(%)
1	36 – 43	5	20.00
2	44 – 51	10	40.00
3	52 – 60	10	40.00
	Jumlah	25	100.00

Sumber: Data Primer, 2018

Tabel 5 terlihat bahwa usia responden terbanyak berdasarkan tingkat umur adalah berumur 44 - 51 tahun dan 52 - 60 yaitu sebesar 40,00 % Sedangkan yang paling sedikit adalah tingkat umur 36 - 43 tahun yaitu sebesar 20,00 %, Melihat kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa keseluruhan responden berada pada usia produktif dan hal ini tentunya sangat berdampak positif dalam pengembangan usaha budidaya maupun pemasaran rumput laut yang digelutinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2002), bahwa yang termasuk usia produktif adalah kisaran usia 15 sampai dengan 64 tahun.

### 5.1.2 Karakteristik Responden Menurut Tanggungan Keluarga

Jumlah anggota rumah tangga merupakan banyaknya tanggungan keluarga pada setiap petani, semakin banyak tanggungan keluarga akan semakin mempengaruhi biaya pengeluaran. Pada umumnya petani yang mempunyai jumlah tanggungan keluarga, yang banyak kurang memperhatikan masalah pendidikan dan kesehatan. Pada intinya mereka hanya memperhatikan kebutuhan pokok setiap harinya dan ini masih menjadi hal yang biasa dikalangan masyarakat pedesaan.

Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

No	Tanggungan Keluarga	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 – 2	4	16,00
2	3 – 4	8	32,00
3	5 – 6	13	52,00
<b>Jumlah</b>		25	100,00

Sumber : Data Primer diolah, 2018.

Dari Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani responden dimana 1 -2 sebanyak 4 orang (16,00%), kemudian antara 3 - 4 sebanyak 8 orang (32,00%), serta 5 - 6 orang sebanyak 13 orang (52,00%). Keadaan demikian sangat mempengaruhi terhadap tingkat kesejahteraan keluarga dan untuk peningkatan produksi dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga petani berusaha untuk menambah pendapatan melalui usaha tani padi bersama keluarganya.

### 5.1.3. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan dan keterampilan mempunyai pengaruh bagi petani didalam pengelolaan usaha taninya. Semakin tinggi tingkat pendidikan formal maupun non formal seseorang diharapkan mempunyai pola berpikir semakin rasional. Pada umumnya masyarakat pedesaan mempunyai tingkat pendidikan yang rendah, hal ini merupakan salah satu faktor penghambat dalam proses pengambilan keputusan dalam penerapan teknologi yang baru. Tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	8	32.00
2	SMP	11	44.00
3	SMA/SMK	6	24.00
<b>Jumlah</b>		25	100,00

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Tabel 7 diketahui bahwa persentase tingkat pendidikan terbesar petani padi yang melakukan usaha tani padi dengan rata-rata berpendidikan SMP yaitu

sebanyak 44 %, Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pendidikan responden masih sangat rendah dan biasa mempengaruhi produksi maupun kegiatan pemasaran rumput laut. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (1995), yang menyatakan bahwa rendahnya pendidikan pekerja merupakan kendala dalam menyerap informasi baru, khususnya yang berkaitan dengan proses inovasi teknologi. Sedangkan pendidikan yang tinggi akan berpengaruh terhadap pengetahuan dan keterampilan sehingga akan meningkatkan produktivas kerja dan akan menentukan keberhasilan usaha.

#### 5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman

Pengalaman merupakan faktor yang berperan dalam pengambilan keputusan. Pengalamam mempunyai pengaruh dalam melakukan pemeliharaan lingkungan, responden yang berpengalaman akan lebih cepat menerapkan teknologi dan lebih responsif terhadap inovasi, karena itu kegiatan pengalaman selalu memberikan manfaat. Pengalaman responden disajikan pada Tabel 8 dibawah ini

Tabel 8 Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Usaha Tani Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

No	Pengalaman Usaha Tani	Jumlah	Persentase (%)
1	17 – 23	8	32.00
2	24 – 30	7	28.00
3	31 – 38	10	40.00
<b>Jumlah</b>		25	100,00

Sumber: Data Primer diolah, 20128.

Tabel 8 diketahui bahwa pengalaman petani responden antara 31 - 38 tahun sebanyak 10 orang (40,00%) dan terendah 24 – 30 tahun (28,00%). Hal ini tentu berpengaruh dalam pengelolaan usahatani masing-masing responden

khususnya dalam pencapaian hasil produksi yang lebih baik. Sesuai dengan pendapat Soekartawi (2006), bahwa pengalaman berusahatani yang cukup lama menjadikan petani lebih matang dan lebih berhati-hati, dalam mengambil keputusan terhadap usahatannya. Kegagalan dimasa lalu dapat dijadikan pelajaran sehingga ia lebih berhati-hati dalam bertindak. Sedangkan petani yang kurang berpengalaman umumnya lebih cepat dalam mengambil keputusan karena lebih berani menanggung resiko.

### 5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan yang dimiliki petani sangat mempengaruhi tingkat pendapatan petani. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemilikan lahan rata-rata sebagai berikut:

Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan Luas Lahan Petani Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

No	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Jumlah	Persentase (%)
1	220 – 447	5	20.00
2	448 – 675	10	40.00
3	678 – 900	10	40.00
<b>Jumlah</b>		25	100,00

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

Tabel 9 menunjukkan bahwa luas lahan petani responden yang paling tertinggi adalah antara 448 – 675 m<sup>2</sup> dan 678 – 900 m<sup>2</sup> dengan jumlah masing-masing 10 orang atau dengan persentase 40,00 %. Sedangkan yang paling terendah adalah 220 – 447 m<sup>2</sup> dengan jumlah masing-masing 8 orang atau dengan persentase 28,58%. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan lahan usahatani rumput laut tergolong luas, sehingga diharapkan petani dapat memanfaatkan lahan

secara optimal untuk meningkatkan produksi dan pendapatan serta kesejahteraan bagi petani tersebut.

## **5.2. Pemasaran Rumput Laut**

Saluran pemasaran dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam sistem pemasaran yaitu lembaga pemasaran yang dilakukan setiap lembaga pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar pemasaran rumput laut sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran untuk menyalurkan rumput laut dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan rumput laut di antaranya adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar.

### **a. Produsen/Petani Rumput laut**

Produsen/petani rumput laut merupakan orang yang melakukan usaha budidaya rumput laut disekitar pantai/pesisir. Lahan yang digunakan untuk membudidayakan adalah laut lepas. Batas lahan yang diinginkan sesuai dengan jumlah bentangan tali yang dimiliki oleh setiap petani.

Produksi rumput laut yang dipanen sebagian di jadikan sebagai bibit kembali, di jual langsung ke konsumen dan sebagian dikeringkan untuk di jual kepada pedagang. Pengeringan rumput laut dilakukan selama 4 hari apabila kondisi cuaca cerah atau maksimal 1 minggu jika cuaca kurang mendukung proses penjemuran rumput laut.

#### b. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul sangat berperan dalam memasarkan rumput laut. Pedagang pengumpul adalah orang yang membeli rumput laut petani, 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 100 kg rumput laut. Pembayaran dilakukan secara tunai/cash sehingga petani langsung memperoleh uang atau hasil dari rumput laut.

Fungsi yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran yaitu pembelian dan penjualan, fungsi fisik yaitu penyimpanan rumput laut dan pengangkutan. Dalam penelitian ini terdapat 2 pedagang pengumpul yang berada di lokasi penelitian.

#### c. Pedagang Besar

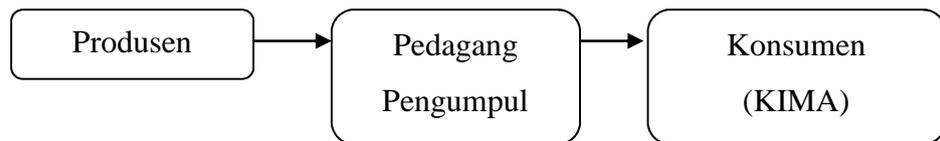
Pedagang besar merupakan pedagang yang membeli rumput laut dari pedagang pengumpul dalam jumlah yang banyak untuk dijual ke konsumen yang berada di Kawasan Industri Makassar (KIMA). Pedagang besar memiliki modal yang besar sehingga mereka dapat menampung sementara rumput laut yang telah dibeli untuk nantinya menjual ke pabrik dengan skala atau jumlah besar.

Fungsi pemasaran meliputi fungsi pertukaran, dan fungsi fisik. Fungsi pertukaran yakni pembelian dan penjualan. Fungsi fisik meliputi penyimpanan rumput laut, sortasi, dan pengangkutan, fungsi pengangkutan. Fungsi pengangkutan dilakukan dari tempat kediaman pedagang besar ke tempat ke konsumen (KIMA). Pada penelitian ini jumlah pedagang besar yang terlibat hanya

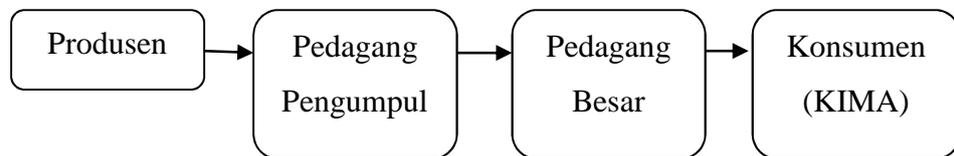
1 orang. Pedagang besar membawa rumput laut ke konsumen yang berada di Kawasan Industri Makassar (KIMA).

Untuk memasarkan rumput laut sampai ditangan konsumen setiap lembaga melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan pada akhirnya akan menimbulkan biaya pemasaran. Berdasarkan hasil pengamatan dan penelusuran langsung lembaga pemasaran, diketahui bahwa pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng terdapat dua saluran pemasaran yaitu :

Saluran I



Saluran II



Gambar 2. Saluran pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

Pada gambar 2. Saluran pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke dari petani ke konsumen (KIMA) melalui satu pedagang perantara yakni pedagang pengumpul. Pada saluran I, petani yang memasarkan rumput laut ke pedagang pengumpul berjumlah 16 orang, dimana posisi pedagang pengumpul berada di Desa Biangkeke, sehingga memudahkan untuk memasarkannya, disamping itu pedagang pengumpul tersebut memiliki hubungan kekerabatan dengan pedagang

pengumpul, sehingga petani lebih senang memasarkan rumput laut kepada pedagang yang mereka kenal.

Hal tersebut menunjukkan bahwa saluran ini merupakan saluran semi langsung karena melibatkan satu pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul untuk sampai ke lokasi konsumen (KIMA). Hal ini sesuai dengan pendapat Mursid (1997), yang mengemukakan bahwa secara fisik dikenal 3 (tiga) macam penyaluran suatu barang produksi yaitu : 1) penyaluran langsung, yaitu penyaluran yang dilakukan langsung dari produsen ke konsumen. 2) penyaluran semi langsung, yaitu penyaluran dari produsen melalui satu perantara misalnya pengecer atau pengumpul baru ke konsumen. 3) penyaluran tidak langsung, yaitu penyaluran tidak langsung menggunakan dua atau lebih perantara baru ke konsumen.

Pendistribusian saluran pemasaran II, merupakan saluran pemasaran yang menggunakan dua pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Dimana saluran pemasaran ini dimulai dari petani ke pedagang pengumpul dan selanjutnya pedagang besar dan terakhir dibawa untuk dijual ke konsumen (KIMA) di Kawasan Industri Makassar (KIMA). Petani rumput laut di Desa Biangkeke sebagian ke saluran ke II, disebabkan karena pedagang pengumpul yang berlokasi kecamatan langsung menjemput ke petani, untuk mengambil hasil rumput lautnya, disamping itu petani juga sudah terikat (kontrak) dengan pedagang pengumpul pada saluran II, serta diberikan modal lebih awal dalam mengelolah usaha rumput lautnya.

Saluran pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke dari petani ke konsumen (KIMA) melalui beberapa pedagang perantara, yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Hal ini menunjukkan bahwa untuk sampai ke konsumen, rumput laut melalui dua perantara atau disebut saluran tidak langsung. Hal ini sesuai pendapat Rahim dan Hastuti (2008), yang menyatakan bahwa jalur tidak langsung yaitu saluran pemasaran melalui lembaga-lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, pasar modern, pasar tradisional dan pedagang pengecer.

Pada saluran ini, pedagang pengumpul tidak langsung membawa rumput laut ke lokasi konsumen (KIMA) akan tetapi disalurkan ke pedagang besar. Hal ini dikarenakan, jauhnya jarak dari rumah pedagang pengumpul ke lokasi konsumen di Kawasan Industri Makassar (KIMA) serta terbatasnya biaya transportasi sehingga lebih memilih membawanya ke pedagang besar. Pedagang besar membawa dan menjual langsung rumput laut ke lokasi konsumen (KIMA)

Perusahaan (KIMA) di sebut konsumen karna (KIMA) adalah salah satu perusahaan yang mengolah Rumput Laut dari bahan mentah menjadi siap pakai sehingga dia dapat memproduksi suatu barang yang siap dikonsumsi oleh masyarakat (konsumen). (KIMA) dikatakan konsumen tapi tidak mengonsumsi langsung melainkan,(KIMA) sebagai konsumen akhir yang mengolah rumput laut

### **5.3.1 Margin Pemasaran**

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga di tingkat produsen atau merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh

masing-masing lembaga analisis margin pemasaran dapat mencerminkan efisiensi pemasaran, namun dengan hanya melihat besarnya margin pemasaran saja belum dapat menyimpulkan bahwa pemasaran itu sudah efisien, oleh karena itu harus dilihat distribusi keuntungan maupun biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat, semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dalam saluran pemasaran maka semakin besar margin pemasaran yang terbentuk.

Besarnya margin bagi pedagang perantara semakin menguntungkan secara ekonomis berarti pemasarannya efisien dari sisi konsumen sebaliknya, makin besar margin semakin tinggi harga yang harus dibayar konsumen sehingga kurang efisien secara ekonomi tetapi konsekuensi yang diterima oleh konsumen adalah kemudahan mendapatkan barang yang diinginkan konsumen tidak perlu dating langsung ke lokasi produsen yang mungkin sulit di jangkau.

Margin total adalah penjualan dari margin yang terdapat pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran. Besarnya margin pada berbagai saluran pemasaran berbeda-beda yang di sebabkan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran. Adapun margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng dapat di lihat pada tabel 16.

Tabel 16. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Rumput Laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng, 2018

Saluran Pemasaran	Rumput Laut		Margin (Rp/Kg)
	HargaBeli (Rp/Kg)	HargaJual (Rp/Kg)	
Saluran I - Produsen	-	15.000	-

- Pedagang pengumpul	15.000	17.500	2.500
- Konsumen (KIMA)	17.500	-	-
Saluran II			
- Produsen	-	15.000	
- Pedagang pengumpul	15.000	16.000	1.000
- Pedagang besar	16.000	18.000	2.000
- Konsumen (KIMA)	18.000	-	-

Sumber : Data primer telah diolah, 2018

Tabel 16 menunjukkan bahwa total margin yang diperoleh pada setiap lembaga pemasaran bervariasi. Saluran pemasaran tertinggi berada pada saluran III yakni sebesar Rp. 3.000/kg. Margin saluran pemasaran II sebesar Rp. 2.500/kg. Hal ini sesuai dengan pendapat Daniel (2002) yang menyatakan bahwa semakin panjang jarak dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam pemasaran, maka biaya pemasaran semakin tinggi dan margin tataniaga juga semakin besar. Angka margin pemasaran pada tabel 16 menunjukkan bahwa eksistensi lembaga pemasaran dalam proses pendistribusian produk mengakibatkan berbedanya harga akhir yang diterima konsumen. Perbedaan harga akhir ini disebabkan karena masing-masing lembaga pemasaran menginginkan margin yang ditujukan untuk menutupi biaya pemasaran dan mendapatkan keuntungan/laba dari proses pemasaran yang dilakukan. Selain itu, besarnya harga akhir menunjukkan pula bahwa semakin panjang saluran yang dilalui oleh pemasaran produk, maka semakin besar harga yang diterima konsumen. Hal ini disebabkan karena harga akan naik mengikuti setiap saluran yang dilalui sebagai konsekuensi dari adanya margin yang diinginkan oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Terlihat pada tabel diatas bahwa terdapat perbedaan harga beli rumput laut kering ditingkat konsumen, dimana pada saluran I harganya sebesar Rp. 17.500/Kg dan saluran II harganya sebesar Rp. 18.000/Kg, sehingga ada selisih harga sebesar Rp. 500/Kg. Adanya perbedaan ini, dimana pada saluran pemasaran I lebih kecil harga yang diterima pedagang pengumpul, kerena disebabkan rumput laut yang dibawah pedagang pengumpul ke konsumen (KIMA) di saluran II tidak mengalami proses penyortiran sehingga rumput laut yang dijual diberi harga rendah oleh pihak konsumen di Kawasan Industri Makasaar (KIMA). Sedangkan pada saluran pemasaran II harganya lebih besar diterima pedagang besar, karena pada tingkat pedagang ini rumput laut mengalami proses penyortiran terlebih dulu sebelum di bawah ke konsumen (KIMA) untuk dijual. Oleh karena itu, pedagang besar melakukan penawaran harga rumput laut kering lebih besar kepada pihak konsumen (KIMA) akibat kegiatan penyortiran yang dilakukan. Dari kegiatan penyortiran tersebut mebuat adanya perbedaan kualitas rumput laut antara yang diterima konsumen pada saluran I dan II, sehingga rumput laut yang dibawah pedagang besar diberi harga tinggi oleh pihak konsumen di Kawasan Industri Makassar (KIMA).

### **5.3.2 Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran merupakan suatu perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual ditingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen, untuk menentukan efisiensinya pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng harus diketahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam memasarkan

rumput laut dan berapa harga ditingkat konsumen dari tiap-tiap saluran pemasaran. Efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng, 2018

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Jual (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
I	450	17.000	2,64
II	1.500	18.000	8,33

Sumber : Data primer diolah, 2018

Tabel 17. menunjukkan bahwa tingkat efisien saluran pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng yang paling efisien pada saluran I tingkat efisiensinya sebesar 2,64 %.Hal ini di sebabkan pada saluran I rantai pemasarnya pendek, karena hanya dari pedagang pengumpul langsung ke konsumen (KIMA) serta biaya pemasarannya relatif rendah sebesar Rp 450/kg. sedangkan Pada saluran ke II nilai efisiensi yang relatif tinggi sebesar 8,33%, disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran yang dilalui sehingga mempengaruhi harga ditingkat konsumen dan tingginya biaya pemasaran yang nilainya sebesar Rp 1.500/Kg. Saluran I dapat di katakana efisien karena nilai efisiensinya relative rendah dan saluran ke II pemasarannya tidak efisien karena tingginya nilai efisiensi. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (2003), yang mengatakan bahwa apabila nilai efisien pemasaran lebih kecil dari 5 % maka dapat dikatakan efisien, dan apabila lebih besar dari 5 % maka tidak efisien.

## **VI KESIMPULAN DAN SARAN**

### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai

berikut :

1. saluran pemasaran rumput laut di Desa Biangkeke Kecamatan Pajukukang kabupaten Bantaeng terdapat II saluran pemasaran. Saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi sebesar 2,64% dan saluran pemasaran ke II sebesar 8,33%, Dari kedua saluran pemasaran tersebut hanya saluran I yang efisien.

### **6.2 Saran**

Dari hasil penelitian, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Efisiensi pemasaran dapat di capai apabila biaya pemasaran lebih rendah dibandingkan nilai produk, hal itu bisa dicapai dengan memperpendek rantai pemasaran. Salah satu caranya pemerintah harus turut andil dalam mengatur kebijakan mengenai pemasaran rumput laut Dengan cara membuat pasar rumput laut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggadiredja Jana, T.A. Zalnika, H, Purwoto dan Sri Istiani, 2011. Rumput laut (Pembudidayaan, pengolahan, dan pemasaran komoditi perikanan potensial). Penebar Swadaya, Jakarta.
- Amirullah, 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Armand, 2002. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Brawijaya Press. Malang
- Basmal, J. 2001. Perkembangan Teknologi Riset Penanganan Pasca Panen dan Industri Rumput Laut. Forum Rumput Laut. Jakarta: Pusat Riset Pengolahan Produk dan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan. Departemen Kelautan dan Perikanan.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Askara. Jakarta.
- Anonim. 2016. Laporan Akhir Tahun Kantor DPK Bantaeng.
- Firdaus Muhammad. 2009. *Manajemen Agribisnis*. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Harifuddin, Aisyah, dan Budiman, 2011. *Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut. Jurnal Agribisnis Vol, X (3) September 2011*. Jurusan Perikanan, Politeknik Pangkep, Sulawesi Selatan.
- Hastuti dan Rahim, 2008. *Ekonomi Produksi Pertanian*. Swadaya. Bogor
- Kadarsan, Halimah W. 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Kordi, M . Ghufrani H. 2001. *Kiat Sukses Budidaya Rumput Laut Dan Tambak*. Andi. Yogyakarta.
- Kolter dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Ed ke-9 PT Elex Komputindo Gramedia. Jakarta
- Mubarak H, Soegiarto A, Sulistyono, Atmadja WS, 2000. *Petunjuk Teknis Budidaya Rumput Laut*
- Mursid. M. 1997. *Manajemen Pemasaran dan saluran pemasaran*. <http://gudangilmu.com/2012/02/manajemen-pemasaran-usahatani.html> di akses 9 Mei 2018

- Rosmawati, H, 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Jurnal AgronobiS, Vol. 3, No. 5, Maret 2011 ISSN: 1979 – 8245X.
- Sahibul Khafi, H, 2012. Analisis Efisiensi Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*) Di Kota Tual Provinsi Maluku. Jurnal Ilmiah agribisnis dan Perikanan (agrikan UMMU-Ternate) Volume 5 Edisi 1 (Mei 2012).
- Soekartawi. 2003 Analisis Usahatani. Universitas Indonesia Jakarta.
- Suhendar, S. 2006. Pengembangan Agribisnis Komoditi Rumput Laut Melalui Model Klaster Bisnis, Infokop Nomor 28 Tahun XXII, 2006 Hal 71 – 78
- Sukadi, F. 2007. Pengembangan Budidaya Rumput Laut di Indonesia. Makalah disampaikan pada Seminar Kebijakan Investasi Bidang Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan 5 Juli 2007. Ditjen P2HP. DKP
- Suratiyah, K, 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Bogor.
- Suparman. 2014. Cara Mudah Budidaya Rumput Laut Menyehatkan dan Menguntungkan. Penebar Swadaya. Yogyakarta
- Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta
- Winardi, 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press. Jakarta.
- Zamhuri, M. Yusri 2013. Income Structure and Poverty Of Seaweed Farm Household In Indonesia : A Path Of Casual Model for Poverty Allevati

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### EFISIENSI PEMASARAN USAHATANI RUMPUT LAUT DI DESA BIANGKEKE KECAMATAN PA'JUKUKANG KABUPATEN BANTAENG

Kode/ No.Sampel : ..... Tanggal  
wawancara:.....  
Dusun/RT/RW  
: ..... Desa.....

#### I. Identitas Responden

1. Nama petani :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Pendidikan :
5. Tanggungan keluarga :
6. Status kepemilikan lahan : Milik pribadi / Sewa
7. Luas lahan :
8. Pengalaman bertani :

#### 2. Penerimaan petani rumput laut

Komoditi	Jumlah (kg)	Harga (kg)	Nilai (Rp)
Rumput laut			

#### 3. Pemasaran Rumput Laut

##### a. penjualan

No	Komoditi	Petani Di datangi			Petani mendatangi				
		A	B	C	A	B	C	D	E
1	Rumput laut								

A. Pedagang pengumpul

B. Pedagang perantara

D. Pedagang besar

E. Langsung ke perusahaan besar

##### b. Biaya pemasaran

Komoditi	Transportasi (Rp)	Pengepakan (Rp)	..... (Rp)	..... (Rp)	Total Biaya (Rp)
Rumput laut					

#### **4. Pertanyaan pendukung**

- a. Apa alasan Bapak/Ibu memilih menjual Rumput Laut ke (Pedagang pengumpul/pedagang besar/.....)?
- b. Berapakah perbedaan atau selisih keuntungan antar pedagang-pedagang tersebut?
- c. Apakah kendala-kendala yang di alami dalam usahatani Rumput laut?
- d. Apakah kendala-kendala yang dialami dalam pemasaran Rumput laut?
- e. Bagaimana Fluktuasi (Naik turunnya) Harga Rumput Laut yang di terima?

**EFISIENSI PEMASARAN USAHATANI  
RUMPUT LAUT DI DESA BIANGKEKE KECAMATAN PA'JUKUKANG  
KABUPATEN BANTAENG**

Kode/ No.Sampel : .....  
 Tanggal wawancara : .....  
 Dusun/RT/RW : .....  
 Desa : .....

**I. Identitas Responden**

1. Nama Responden : .....Pedagang: .....
2. Alamat : .....
3. Umur : .....
4. Pendidikan terakhir : .....
5. Pekerjaan pokok : .....
6. Pekerjaan sampingan : .....
7. Pengalaman berdagang : .....

**2. Pembelian dan penjualan rumput laut**

**a. pembelian dan penjualan Rumput laut**

Aktor rantai pemasaran	Harga beli (Rp/kg)		
	Petani	Pedagang pengumpul	Pedagang besar
Pedagang pengumpul			

**b. Biaya pemasaran**

Komoditi	Transport (Rp)	..... (Rp)	..... (Rp)	Total Biaya (Rp)
Rumput Laut				

**3. Pertanyaan pendukung**

- a. Apa alasan Bapak/Ibu selama menjadi pedagang Rumput Laut?.....
- b. Apakah ada perlakuan khusus Rumput laut setelah di beli?.....
- c. Berapa volume pembelian Rumput laut dalam satu hari/ satu bulan? (Ton).....
- d. Berapa volume penjualan Rumput Laut dalam Satu Bulan? (Ton)
- e. Berapa lama penyimpanan Rumput Laut setelah di beli?

## Lampiran 2 Identitas Responen Petani Rumput Laut

No	Responden	Umur	Pendidikan	Pengalaman Bertani	Tanggungjan Keluarga	luas lahan (m2)
1	Dg Sangkala	51	SMA	25	5	550
2	H. Hamid	48	SD	35	2	660
3	Ramli	44	SMP	24	6	700
4	Dg Sibali a	46	SMP	32	5	700
5	Dg Liwang	36	SMP	20	2	700
6	Dahlan	57	SMP	34	5	750
7	H. Bade	46	SD	23	6	760
8	Sapiuddin	57	SMA	30	5	600
9	Haris	48	SMP	20	5	900
10	Dg Tajudding	60	SD	35	4	900
11	Dg Sibali b	46	SMA	27	5	800
12	Dg Modding	58	SD	35	4	700
13	H. Ilyas	46	SMP	23	6	220
14	H. Alle	58	SD	31	4	300
15	Dg Zaenal	57	SMA	32	3	300
16	Suprianto	55	SMP	30	5	350
17	Dg Baking	57	SMP	38	4	400
18	Dg Syamsul	36	SMP	17	4	400
19	Muh Yusuf	47	SMA	30	4	500
20	Dg Ngaso	53	SMP	35	6	280
21	Dg Cuceng	43	SD	25	5	500
22	Dg Tayang	37	SD	20	1	600
23	Aziz	37	SMP	18	2	800
24	H, Baddu	45	SMA	23	3	420
25	Dg Mali	49	SD	32	4	520

Lampiran 3. Identitas Responden Pedagang Pengumpul Rumput Laut di  
Desa Desa Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten  
Bantaeng

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Berdagang (tahun)	Jumlah Tanggungan (orang)
1	Awaluddin	Laki-laki	48	SMA	15	3
2	Samsul Bahri	Laki-Laki	49	SD	10	1

Lampiran 4. Identitas Responden Pedagang Besar Rumput Laut di Desa  
Biangkeke Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan	Lama Berdagang (tahun)	Jumlah Tanggungan (orang)
1	Sudirman	Laki-Laki	45	SMA	8	3

Lampiran 4 Biaya Pemasaran Untuk Saluran I

No	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)				Total Biaya (Rp/Kg)
	Transportasi	Tenaga Kerja	Timbangan Rumput Laut	Penyimpanan Rumput Laut	
1	200	150	50	50	450
2	-	-	-	-	-

Lampiran 5 Biaya Pemasaran Untuk Saluran II

No	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)				Total Biaya (Rp/Kg)
	Transportasi	Tenaga Kerja	Timbangan Rumput Laut	Penyimpanan Rumput Laut	
1	-	-	-	-	-
2	150	150	50	50	400
3	700	200	100	100	1.100
4	-	-	-	-	-

Lampiran 6 Pilihan Saluran Pemasaran Rumput Laut Oleh Patani

No	Responden	luas lahan (m <sup>2</sup> )	Pilihan Saluran
1	Dg Sangkala	550	II
2	H. Hamid	660	I
3	Ramli	700	I
4	Dg Sibali a	700	II
5	Dg Liwang	700	II
6	Dahlan	750	II
7	H. Bade	760	I
8	Sapiuddin	600	I
9	Haris	900	I
10	Dg Tajudding	900	II
11	Dg Sibali b	800	I
12	Dg Modding	700	II
13	H. Ilyas	220	I
14	H. Alle	300	I
15	Dg Zaenal	300	II
16	Suprianto	350	I
17	Dg Baking	400	I
18	Dg Syamsul	400	I
19	Muh Yusuf	500	II
20	Dg Ngaso	280	I
21	Dg Cuceng	500	I
22	Dg Tayang	600	I
23	Aziz	800	II
24	H, Baddu	420	I
25	Dg Mali	520	I

Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian



**Wawancara dengan responden**



**Diskusi dengan Warga**



**Rumput laut yang telah dikemas**



**Hasil panen rumput laut**

## RIWAYAT HIDUP



**IRNAWATI** lahir pada tanggal 30 maret 1996 di Desa Bonto Rannu Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng, anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan ayahanda Muhammad Nasir dan ibunda Hania. Riwayat pendidikan penulis : penulis mengenyam pendidikan di SD inpres 32 Bungloe tahun 2001 dan tamat 2007.

Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMP negeri 1 Bissappu pada tahun 2007 dan tamat pada tahun 2010. Setelah itu pada tahun 2010 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Bissappu hingga tahun 2013. Setelah itu pada tahun 2014 penulis mendaftar dan lulus sebagai mahasiswi di Program Studi agribisnis Fakultas pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2014.

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Agribisnis pada Fakultas Pertanian, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Di Desa Biangkeke Kecamatan Pa’jukukang Kabupaten Bantaeng”** dibimbimng oleh Dr.Ir.Abubakar Idham,Mp, dan Khaeriyah Darwis,SP,M,si.