

# **TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)**

# STRATEGI PEMASARAN RUMPUT LAUT DI KAWASAN MINAPOLITAN

(Studi Kasus di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kabupaten Sumbawa Barat, Nusa Tenggara Barat)



TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen Perikanan

Disusun Oleh:

SUDIARTA NIM. 500651942

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2017

## UNIVERSITAS TERBUKA PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN PERIKANAN

## **PERNYATAAN**

Tugas Akhir Program Magister yang berjudul Strategi Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan (Study Kasus di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kabupaten Sumbawa Barat, Nusa Tenggara Barat)

Adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta,

April 2017

Yang Menyatakan

5000 <sup>0</sup>/3

(Sudiarta)

NIM. 500651942

#### **ABSTRACT**

Marketing Strategy of Seaweed In the Minapolitan Area (Case Study in Minapolitan Area at Labuhan Kertasari Village, West Sumbawa Regency, West Nusa Tenggara Province)

By: Sudiarta Universitas Terbuka Sudiarta.Lombok@yahoo.com

The market holds a very important control in the seaweed business system. it is an usual product, expected to be successful only because of a good marketing strategy. The research about seaweed marketing strategy has done in Labuhan Kertasari village at Minapolitan area, the aim are to investigating channel and marketing function; analyzing margin, benefit and marketing efficiency; analyzing price transmission and market integration; and marketing strategy also. The research has done through exploration and descriptive research. Determined sample through purposive sampling. The total of seaweed fisherman is 10 % of population. Method of data analysis: qualitative descriptive analysis, quantitative descriptive analysis, price transmission and market integration analysis, SWOT analysis. The result of this research showed seaweed marketing channel are producer, collector seller, collector exporter; the producer operating five of marketing function and collector seller operating all of marketing function; margin average of seaweed marketing is Rp. 1.500,-/kg. Margin of high marketing because of collector seller sell dry seaweed directly to the industry consumer. The benefit that producer can get is Rp. 2.605,-/kg. The average benefit of collector seller that selling dry seaweed is Rp. 999,-/kg. The elasticity value is 0,512, this value is less than 1 ( $\eta < 1$ ) with the result that elasticity price of seaweed is not rubbery. Existence seaweed marketing condition is in Strenght-Threath strategy. Strategy recommendation that given is diversification strategy, it means that seaweed marketing in good condition, but it faces some development challenges. To create prosperity of scaweed fisherman, so seaweed marketing strategy must use Strenght- Threath as the primary strategy.

Keywords: marketing, strategy, seaweed.

#### ABSTRAK

Strategi Pemasaran Rumput Laut Di Kawasan Minapolitan (Study Kasus di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Ker:asari Kabupaten Sumbawa Barat, Nusa Tenggara Barat)

## Sudiarta Universitas Terbuka

## Sudiarta.Lombok@yahoo.com

Pasar memegang kendali yang sangat penting dalam sistem usaha rumput laut. Produk yang biasa saja, diharapkan bisa sukses hanya karena strategi pemasaran yang handal. Telah dilakukan kajian tentang strategi pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari, dengan tujuan mengkaji saluran dan fungsi pemasaran; menganalisis margin, keuntungan, dan efesiensi pemasaran; menganalisis transmisi harga dan integrasi pasar; serta strategi pemasaran. Penelitian dilakukan melalui eksploratori dan penelitian deskriptif. Penentuan sampel melalui purposive sampling. Jumlah sampel nelayan budidaya rumput laut sebanyak 10 % dari populasi. Metode analisis data: analisis deskriptif kualitatif,analisis deskriptif kuantitatif, analisis transmisi harga dan integrasi pasar dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran rumput laut terdiri atas produsen, pedagang pengumpul dan pengumpul eksportir; Produsen menjalankan lima fungsi pemasaran dan pedagang pengumpul menjalankan keseluruhan fungsi pemasaran; Rata-rata margin pemasaran rumput Rp. 1.500,-/kg. Margin pemasaran tertinggi karena pedagang pengepul langsung menjual rumput laut kering langsung ke konsumen industri; keuntungan yang diterima oleh produsen Rp. 2.605,-/kg. Rata-rata keuntungan pedagang pengumpul yang melakukakan aktivitas jual beli rumput laut kering Rp. 999,-/kg.Nilai elastisitas 0,512, nilai ini kurang dari 1 ( $\eta$  < 1) sehingga elastisitas harga rumput bersifat inelastis; Kondisi eksisting pemasaran rumput laut berada pada strategi *Strenght-Threath*. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi, artinya pemasaran rumput laut dalam kondisi yang mantap, namun menghadapi sejumlah tantangan pengembangan. Untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat pembudidaya rumput laut, maka strategi pemasaran rumput laut seyogyanya memanfaatkan strategi *Strenght-Threath* sebagai strategi utama.

Kata Kunci: pemasaran, strategi, rumput laut.

# UNIVERSITAS TERBUKA PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PERIKANAN

#### **PENGESAHAN**

Sudiarta

Nama

NIM : 500651942

Program Studi : Manajemen Perikanan

Judul TAPM : Strategi Pemasaran Rumput Laut Di Kawasan

Minapolitan (Study Kasus di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kabupaten Sumbawa Barat, Nusa Tenggara

Barat)

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Manajemen Perikanan Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : Selasa/13 Juni 2017

Waktu : 10.30 – 11.30 Wita

Dan telah dinyatakan LULUS

#### PANITIA PENGUJI TAPM

Ketua Komisi Penguji: **Dr. Nurhasanah.**, M.Si

Penguji Ahli

Dr. Eddy Supriyono., M.Sc

Pembimbing I

Dr. Ir. Muhammad Junaidi., M.Si

Pembimbing II

Dr. Ir. Sri Harijati., M.A

## LEMBAR PERSETUJUAN TAMP

Judul TAMP : Strategi Pemasaran Rumput Laut Di Kawasan

Minapolitan (Study Kasus di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kabupaten Sumbawa

Barat, Nusa Tenggara Barat)

Penyusunan TAMP : Sudiarta

NIM : 500651942

Program Studi : Manajemen Perikanan

Hari/Tanggal

Menyetujui:

Pembimbing II,

 $\sim$ 

Pembimbing

<u>Dr. Ir. Sri Harijati, M.A</u> NIP. 19620911 198803 2 002 <u>Dr. Ir. Muhammad Junaidi, M.Si</u> NIP. 19640815 198903 1 002

Penguji Ahli,

Dr. Eddy Supriyono., M.Sc

NIP. 19630212 198903 1 003

Mengetahui,

Ketua Bidang Ilmu Program Magister Manajemen Perikanan.

Dr. Nurhasanah., M.Si

NIP. 19631111 198803 2 002

Direktur Program Pascasarjana, Universitas Perbuka,

Dr. Liestyodono Bawono Irianto., M.Sc

NIP 19581215 198601 1 009

#### KATA PENGANTAR

Penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Rumput Laut Di Kawasan Minapolitan (Study Kasus di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kabupaten Sumbawa Barat, Nusa Tenggara Barat)" ini merupakan Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Magister Ilmu Kelautan bidang minat Manajemen Perikanan pada Program Pascasarjana Universitas Terbuka.

Pada kesempatan ini perkenankan Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

- 1. Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka.
- Pembimbing I, Dr. Ir. Muhammad Junaidi, M.Si dan Pembimbing II,
   Dr. Ir. Sri Harijati, M.A yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan TAPM ini.
- 3. Kabid Program Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen Perikanan selaku penanggungjawab Program ini.
- 4. Orang Tua dan keluarga tercinta saya telah memberikan bantuan dukungan materil dan moral.
- Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaaikan penulisan
   TAPM ini.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga TAPM ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Mei 2016

**Penulis** 

## UNIVERSITAS TERBUKA PROGRAM PASCASARJANA

## Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan 15418 Telp. (021) 7490941, Fax. (021) 7415588

## **BIODATA MAHASISWA**

Nama : Sudiarta

NIM : 500651942

Tempat dan Tanggal Lahir : Barabali, 19 Nopember 1975

Regiter Pertama : 2015.1

Riwayat Pendidikan : 1. SDN No. 2 Kute Kec. Pujut Kab.Lombok

Tengah NTB, Tahun 1989

2. SMPN Bonjeruk Kec. Jonggat Kab.

Lombok Tengah NTB, Tahun 1992

3. SMAN Jonggat Kab. Lombok Tengah

NTB, Tahun 1995

4. D3 Kehutanan Universitas '45 Mataram

NTB, Tahun 1999

5. S1 Pertanian Universitas Samawa NTB,

Tahun 2014

Riwayat Pekerjaan : 1. Tahun 2010 s/d 2015 sebagai Staf

Dinas Kehutanan Perkebunan dan Pertanian Kabupaten Sumbawa Barat NTB

2. Tahaun 2016 sebagai Staf di Badan Ketahan Pangan dan Pelaksana Penyuluh

Kabupaten Lombok Tengah NTB

3. 2017 s/d sekarang sebagai Staf pada Dinas Ketahan Pangan Kabupaten Lombok

Tengah NTB.

Alamat Tetap : Perwangse Desa Bonjeruk Kecamatan Jonggat

Kabupaten Lombok Tengah Nusa Tenggara

Barat Kode Pos 83561

08191795209

Email : <u>sudiarta.lombok@yahoo.com</u>

Jakarta/ Mei 2016

NIM. 500651942

# DAFTAR ISI

		Ha	laman
Abstrak	•••••		i
Lembar F	Perse	tujuan	iii
Lembar F	Penge	esahan	iv
Kata Pen	ganta	ar	v
Riwayat 2	Hidu	p	vi
Daftar Isi	i		vi
			vii
			viii
		ran	ix
DADI	מייו		
BAB I.		NDAHULUAN	_
	Α.	Latar Belakang	1
	В.	Perumusan Masalah	5
	C.	Tujuan Penelitian	6
	D.	Kegunaan Penelitian	7
BABII	KΑ	JIAN PUSTAKA	
Ditto II.	A.		8
	В.	Kerangka Berpikir Penelitian	26
	D.	retangka berpikii i enemani	20
BAB III.	ME	TODE PENELITIAN	
	A.	Desain Penelitian	29
	B.	Waktu dan Tempat Penelitian	29
	C.	Metode Pengumpulan Data	29
	D.	Metode Pengambilan Sampel	30
	E.		31
	F.	Metode Analisis Data	31
	G.	Definisi Operasional	37
		r	
BAB IV.	TE	MUAN DAN PEMBAHASAN	
	Α.	22014101 Ciliant Dollade & Middle Marie III	40
	B.	Karakteristik Responden	44
	C.	Usaha Budidaya Rumput Laut	
	D.	Saluran dan Lembaga Pemasaran	
	E.	Fungsi Pemasaran	
	F.	Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran	
	G.	Transmisi Harga dan Integrasi Pasar	. 67
	H.	Strategi Pemasaran Rumput Laut pada Kawasan Minapolitan	
		Desa Labuhan Kertasari Kecamatan	70
BAB V.	KE	SIMPULAN DAN SARAN	
	A.	Simpulan	87
	B.	Saran	88

DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	g:



# **DAFTAR BAGAN**

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Rantai Pemasaran Rumput Laut Antar Pulau	. 25
2.2	Kerangka Pikir Penelitian	. 28
4.3	Saluran dan Lembaga Pemasaran Produk Rumput Laut Kering	
	di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari	. 60
4.4	Posisi Pengembangan Strategi Pemasaran Rumput Laut di	
	Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari	84



# DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1.	Diagram Matriks SWOT	37
4.1.	Umur Produsen Rumput Laut	. 51
4.2.	Jenjang Pendidikan Formal Produsen Rumput Laut	52
4.3.	Lama Usaha Produsen Rumput Laut	. 52
4.4.	Umur Pedagang Rumput Laut	. 53
4.5.	Jenjang Pendidikan Pedagang Rumput Laut	. 54
4.6.	Lama Usaha Pedagang Rumput Laut	. 54
4.7.	Bentuk Usaha Produsen Rumput Laut	. 55
4.8.	Sumber Modal Awal Produsen Rumput	55
4.9.	Alat dan Bahan dalam Unit Usaha Budidaya Rumput Laut	56
4.10	Produksi Rumput Laut Kering di Wilayah Minapolitan Desa	
	Labuhan Kertasari	. 58
4.11	Penilaian Fungsi Pemasaran Pada Lembaga Pemasaran di	
	wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari	. 63
4.12	Margin, Keuntungan, dan Efesiensi Pemasaran Rumput Laut	
	Kering di Wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari	. 68
4.13	Biaya Pemasaran di Tingkat Produsen	69
4.14	Hasil Analisis Regresi Harga Rumput Laut	. 71
4.15	Matriks Faktor Strategi Internal	. 78
4.15	Matriks Faktor Strategi Eksternal	. 79
4.16	Diagram Matriks SWOT Strategi Pemasaran Rumput Lau	. 84

# DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Judul Ha	alaman
1	Daftar Pertanyaan	. 93
2.	Analisis Regresi Linier Sederhana	. 105
3.	Biaya Pemasaran di Tingkat Produsen dan Pedagang Pengumpul	. 106
4.	Hasil Identifikasi Awal Faktor Internal dan Faktor Eksternal	. 107
5.	Analisis SWOT Pemasaran Rumput Laut	108
6	Dokumentasi	. 111
7.	Peta Lokasi Penilitian	115



## BAB. I

#### PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Rumput laut (Sea weed) merupakan salah satu komoditas budidaya laut yang dapat diandalkan, mudah dibudidayakan, dan mempunyai prospek pasar yang baik (komoditi eksport), serta dapat digunakan untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi. Eksport rumput laut diprediksi akan terus meningkat. Kementerian Kelautan dan Perikanan menargetkan volume eksport rumput laut sebanyak 180.000 ton naik 57,89% pada tahun 2011 dari realisasi tahun 2010 sebanyak 114.000 ton. Dari sisi nilai juga bakal naik menjadi US\$ 190 juta dari nilai eksport tahaun 2010 sebesar US\$ 138 juta. Kenaikan target eksport tersebut setidaknya disebabkan oleh permintaan dunia atas rumput laut sangat tinggi. Di China misalnya, jumlah pabrik pengolahan rumput laut telah mencapai 600 pabrik (Tragistina, 2011). Bahkan menurut Fadel Muhammad (2011), Indonesia telah menjadi negara penghasil rumput laut terbesar di dunia, menggeser dominasi Filipina.

Sejalan dengan peningkatan target volume eksport tersebut, Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) Republik Indonesia menerapkan konsep minapolitan untuk memberdayakan masyarakat pesisir dan pulau-pulau kecil dengan komoditas unggulan daerah masing-masing. Kabupaten Sumbawa Barat (KSB) berpeluang dalam pengembangan kawasan minapolitan dengan komoditi unggulan rumput laut. Hal itu dapat dilihat dari potensi lahan komoditi rumput laut sekitar 1.550 ha yang tersebar di lima kecamatan yaitu: Kecamatan

Sekongkang, Maluk, Jereweh, Taliwang dan Poto Tano. Dari potensi tersebut, areal yang telah dimanfaatkan baru seluas 350,7 ha atau 27 % di Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang dan Poto Tano.

Pada tahun 2009 Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang ditetapkan sebagai daerah pengembangan kluster rumput laut oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2010 Kabupaten Sumbawa Barat ditetapkan sebagai kawasan minapolitan rumput laut. Sejak ditetapkan sebagai kawasan minapolitan, usaha budidaya rumput laut di Desa Labuhan Kertasari, Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat telah menjadi primadona di dalam usaha masyarakat. Produksi rumput laut di Kabupaten Sumbawa Barat mengalami peningkatan yang cukup fantastis, yaitu pada tahun 2008 sebelum minapolitan 4.673 ton, sedangkan produksi tahun 2014 mencapai 61.432 ton (DKPP KSB, 2015).

Melalui program minapolitan, pemerintah daerah telah memprogramkan beberapa kegiatan kaitannya dengan sarana prasarana sebagai penunjang usaha budidaya, bantuan modal usaha, bantuan benih (kebun bibit), pembinaan dan pendampingan, penyediaan infrastruktur pengolahan serta pelatihan. Programprogram kesemuanya mengarah kepada upaya peningkatan hasil produksi baik secara kuantitas maupun kualitas serta peningkatan kesejahteraan masyarakat petani rumput laut (DKPP KSB, 2015).

Selain dukungan dari pemerintah daerah, masyarakat Desa Labuhan Kertasari juga telah melaksanakan kegiatan usaha budidaya rumput laut secara swadaya, sehingga mampu membawa nama Desa Labuhan Kertasari kepada kanca nasional sebagai daerah kawasan minapolitan rumput laut. Besarnya antusiasme atau animo masyarakat untuk melakukan usaha budidaya rumput laut juga disebabkan oleh tidak padatnya modal, teknik budidaya yang relatif mudah, masa panen yang cepat, dan pasca panen yang cukup sederhana.

Melalui program minapolitan di Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat diharapkan dapat dipercepat untuk mencapai kesejahteraan masyarakat secara merata. Program minapolitan diharapkan dapat membantu mempercepat tercapainya misi pembangunan sebagaimana yang tercantum dalam RPJMD Kabupaten Sumbawa Barat periode 2016-2020 yaitu "Mewujudkan peningkatan daya saing menuju kemandirian ekonomi daerah yang berbasis ekologi dan lingkungan kompetitif wilayah, inflasi yang terkendali, dan penciptaan kesempatan kerja bagi angkatan kerja yang menganggur".

Sejak digulirkannya konsep minapolitan pada tahun 2009 sampai tahun 2016 ini di Kabupaten Sumbawa Barat, program tersebut telah memberikan dampak yang cukup signifikan pada aspek teknik budidaya, peningkatan kualitas dan kuantitas produksi. Pengetahuan, sikap dan perilaku pembudidaya rumput laut telah ditempa dengan berbagai program pemberdayaan, penyuluhan, sarana dan infrastruktur budidaya. Dampak signifikan ini akan semakin memberikan daya ungkit yang lebih bermakna terhadap peningkatan taraf hidup pembudidaya rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari bilamana dibarengi dengan perhatian yang memadai pada aspek pemasaran. Secara teoritis dan prakteknya pemasaran merupakan aspek yang sangat penting yang menentukan nilai tambah dan pendapatan nelayan. Hampir dipastikan bahwa pekerjaan merubah sikap, perilaku, pembangunan infrastruktur yang menelan biaya yang

sangat besar akan sia-sia ketika apa yang dihasilkan oleh nelayan kita tidak dihargai sebagaimana mestinya.

Pasar memegang kendali yang sangat penting dalam sistem usaha, dan sayangnya permasalahan pemasaran sampai saat ini masih menganut sistem pasar bebas. Tidak ada perlindungan bagi pembudidaya dalam hal pemasaran hasil. Lahirnya Undang-undang No 7 tahun 2016 tentang perlindungan dan pemberdayaan nelayan, pembudidaya ikan, dan petambak garam, belum menyentuh sampai aspek pemasaran. Hal inilah yang terjadi di kawasan minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang. Saat ini, budidaya rumput laut, menghasilkan kemudian memasarkannya masih secara tradisional, menjual ke pengepul local/kecil, pengepul kecil menjual ke pengepul besar, bahkan ada diantaranya masih menganut sistem ijon. Sistem ijon membuat pembudidaya terikat, sehingga tidak terjadi tawar menawar harga. Harga lebih dominan ditentukan oleh pengepul (pemberi ijon) dengan kata lain pembudidaya berada pada posisi yang lemah dalam sistem pemasaran. Sebagaimana menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), tata niaga hasil perikanan mempunyai ciri-ciri salah satunya pedagang pengumpul memberi kredit kepada produsen (nelayan atau petani ikan), sebagai ikatan atau jaminan untuk dapat memperoleh bagian terbesar dari hasil perikanan dalam waktu tertentu. Perhatian terhadap bentuk saluran pemasaran, fungsi pemasaran yang dijalankan, margin dan keuntungan pemasaran, efesiensi pemasaran, transmisi harga, integrasi pasar, dan strategi pemasaran rumput laut, sangat dibutuhkan guna memberikan distribusi keuntungan yang lebih berpihak pada masyarakat pembudidaya.

Usaha budidaya rumput laut melalui program minapolitan di Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat dengan produk yang biasa saja, diharapkan bisa sukses hanya karena strategi pemasaran nelayan budidaya yang handal, apalagi saat ini nelayan mampu memproduksi dengan kualitas yang sangat baik. Sebaliknya usaha budidaya rumput laut dengan produksi yang berkualitas tidak akan mengalami penjualan yang maksimal (tidak dihargai baik) jika tidak dilakukan upaya pemasaran yang baik. Sehingga tantangan dua kepentingan dalam pemasaran, yaitu kepentingan produsen dan kepentingan konsumen dapat disambungkan dan dipadukan sehingga menjadi kepentingan bersama (Effendi dan Oktariza, 2006).

Bertitik tolak dari uraian tersebut di atas, maka dilakukan analisis atau kajian yang mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran rumput laut dalam Kawasan Minapolitan di Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat.

#### B. Perumusan Masalah

Terdapat dua kepentingan dalam pemasaran, yaitu kepentingan produsen dan kepentingan konsumen yang harus disambungkan dan dipadukan sehingga menjadi kepentingan bersama (Effendi dan Oktariza, 2006), tentunya yang saling menguntungkan. Selanjutnya Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), tata niaga hasil perikanan mempunyai sejumlah ciri-ciri, diantaranya : a) Sebagian besar dari hasil perikanan berupa bahan makanan yang dipasarkan diserap oleh konsumen akhir secara relatif stabil sepanjang tahun sedangkan penawarannya sangat tergantung pada produksi yang sangat dipengaruhi oleh keadaan iklim; b) Pada umumnya pedagang pengumpul memberi kredit kepada produsen (nelayan atau

petani ikan), sebagai ikatan atau jaminan untuk dapat memperoleh bagian terbesar dari hasil perikanan dalam waktu tertentu.

Hal inilah yang menjadi sumber atau akar permasalahan para nelayan rumput laut di Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat, yang selanjutnya memerlukan solusi yaitu:

- Bagaimana bentuk saluran pemasaran dan fungsi pemasaran yang dijalankan oleh lembaga pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari?
- 2. Berapa besar margin dan keuntungan pemasaran, serta apakah pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari telah efesien?
- Bagaimana transmisi harga, integrasi pasar rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari?
- 4. Bagaimana strategi yang dapat dirumuskan terkait dengan pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- Mengkaji saluran dan fungsi pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.
- Menganalisis margin, keuntungan, dan efesiensi pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.
- Menganalisis transmisi harga dan integrasi pasar rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.
- Merumuskan strategi pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.

## D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- Pembudidaya rumput laut di Desa Labuhan Kertasari dalam mengelola pemasaran rumput laut untuk mengurangi ketidakpastian bisnis terkait dengan kesalahan pengambilan keputusan pemasaran.
- Informasi bagi pembudidaya rumput laut dan pedagang perantara di Desa Labuhan Kertasari dalam menemukan saluran (jalur-jalur) pemasaran untuk tujuan pemasaran yang lebih luas (tujuan eksport)
- Informasi bagi instansi terkait yang berkomitmen dalam pengelolaan usaha budidaya rumput laut agar memberi perhatian dan memecahkan masalahmasalah terkait dengan pemasaran kmoditi rumput laut Desa Labuhan Kertasari.
- Dalam rangka ikut membantu pengembangan Ilmu Pengetahuan dan teknologi (IPTEK) di Indonesia.

#### BAB II

#### KAJIAN PUSTAKA

## A. Kajian Teori

Teori-teori yang melandasi penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut ini :

## 1. Kawasan Minapolitan Rumput Laut

Minapolitan merupakan salah satu intervensi kebijakan yang dilakukan pemerintah dalam program utama Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) yang dimulai pada tahun 2009 sebagai strategi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (khususnya nelayan) dan produktifitas kawasan pesisir. Program Minapolitan bertujuan untuk mendorong percepatan pengembangan wilayah dengan kegiatan perikanan sebagai kegiatan utama, meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat pedesaan (hinterland) yang dikembangkan tidak hanya budidaya (on farm) tetapi juga pengolahan dan pemasaran seperti sarana perikanan dan jasa penunjang lainnya.

Istilah Minapolitan serupa dengan istilah agropolitan yang telah lama dikenal. Agropolitan dikenal oleh Friedman dan Douglass pada tahun 1967 melalui konsep Agropolitan distrik (Dewa Gede Raka Wiadnya). Hanya saja berbeda dari segi komoditas yang diunggulkan. Secara definisi Agropolitan merupakan kota yang tumbuh dan berkembang karena berjalanannya sistem dan usaha agribisnis serta mampu melayani, mendorong, dan menarik kegiatan pembangunan pertanian di wilayah-wilayahnya.

Minapolitan bila dilihat dari definisi yang serupa dengan agropolitan dalam bahasa sansakerta mina berarti ikan, sehingga Minapolitan bisa diartikan sebagai kota perikanan yang kosep pengembangan dan pembangunan kelautan dan perikanan berbasis wilayah dengan pendekatan sistem manajemen kawasan meliputi perinsip-prinsip integritas, efesiensi, kualitas dan akselarasi agar wilayah tersebut cepat tumbuh layaknya sebuah kota. Minapolitan merupakan gambaran suatu kawasan kota yang berbasis komoditas perikanan dengan aktivitas ekonomi utama dari usaha perikanan, dari hulu hingga hilir. Pengembangan kawasan Minapolitan merupakan suatu bagian wilayah yang mempunyai fungsi utama ekonomi yang terdiri dari sentra produksi, pengolahan, pemasaran komoditas perikanan, pelayanan jasa, danatau kegiatan pendukung lainnya. Prinsip pembangunan kawasan minapolitan menjadikan kawasan ini terintegrasi mulai dari produksi, pengolahan, pemasaran komoditas perikanan, pelayanan jasa, dan/atau kegiatan pendukung lainnya. Menurut Douglas (1986) dalam Sunarko (2014), pusat minapolitan yang berfungsi sebagai pusat perdagangan dan transportasi perikanan (aquacultural trade/transport center), penyedia jasa pendukung perikanan (aquacultural support service), pasar konsumen produk non-perikanan (non aquacultural consumers market), pusat industri perikanan (aqua base industry), penyedia pekerjaan non perikanan (non-aquacultural employment), serta sebagai pusat minapolitan dan hiterlandnya terkait dengan sisitem pemukiman nasional, propinsi, dan kabupaten.

Menteri Kelautan dan Perikanan telah menetapkan total 223 kawasan Minapolitan yang tersebar pada 33 Provinsi (Keputusan Menteri Kelautan No. 32/men/2010 dan No. 39/Men/2011). Di wilayah Nusa Tenggara Barat, Menteri

menetapkan Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat sebagai salah satu kawasan Minapolitan dengan Rumput Laut sebagai komidi andalan.

Pengebangan kawasan Minapolitan manjadikan kawasan perikanan sebagai core business dalam suatu pengembangan wilayah dengan dukungan berbagai sektor, mendorong pengembangan kawasan yang telah tumbuh secara alamiah melalui dukungan pengembangan kawasan Minapolitan, pengembangan infrastruktur kawasan Minapolitan diutamakan di daerah-daerah yang telah ada kegiatan usaha perikanan, sehingga infrastruktur yang dibangun akan dapat menjadi pendorong bagi kegiatan perikanan yang sudah ada (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2009).

Karakteristik kawasan Minapolitan memiliki sentra-sentra produksi dan pemasaran berbasis perikanan dan mempunyai multiplerr effect tinggi terhadap perekonomian disekitarnya, keanekaragaman kegiatan ekonomi, produksi, perdagangan, jasa pelayanan, kesehatan dan sosial dan saling terkait serta sarana dan prasarana memadai sebagai pendukung keanekaragaman aktivitas ekonomi sebagaimana layaknya sebuah kota pesisir. Berikut beberapa kriteria kawasan Minapolitan menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan: 1) Memiliki potensi untuk mengembangkan komoditi unggulan. 2) Tersedia infrastruktur awal (pelabuhan perikanan). 3) Telah ditetapkan melalui Rencana Umum Tata Ruang (RUTR) menjadi zona pengembangan perikanan. 4) Terdapat unit-unit usaha yang telah berjalan dengan baik serta berpotensi untuk pengembangan usaha baru. 5) Tersedia lahan yang dapat dikembangkan di sekitar daerah pelabuhan perikanan maupun sentra kegiatan nelayan. 6) Tersedia suplai BBM, listrik, dan

air bersih yang memadai. 7) Terdapat lembaga ekonomi berbasis kerakyatan seperti tempat pelelangan ikan, koperasi perikanan, pusat pendaratan ikan. 8) Diusulkan oleh dinas Kelautan dan Perikan Kabupaten/Kota/Provinsi serta lolos seleksi dari tim seleksi.

Minapolitan terbagi menjadi dua jenis, terkait dengan pemanfaatan ruang dan kawasan, yakni Minapolitan berbasis perikanan tangkap berkegiatan di dekat dengan sumber-sumber penangkapan ikan dan kegiatan membudidayakan jenis ikan tidak dominan, khusus pada hasil tangkap ikan. Minapolitan berbasis perikanan budidaya tidak bergantung pada hasil tangkapan ikan baik laut maupun danau atau sungai, lebih pada kegiatan mandiri membudidayakan komoditas ikan unggulan kawasan yang dituju.

Menurut Fauzie (2009), perencanaan pembangunan kelautan dan perikanan didasarkan pada konsepsi pembangunan berkelajutan yang didukung oleh pengembangan industri berbasis sumberdaya alam dan sumber daya manusia dalam mencapai daya saing yang tinggi. Tiga hal pokok yang akan dilakukan terkait arah pembangunan sektor perikanan ke depan, yaitu: (1) membangun sektor perikanan yang berkeunggulan kompetetif (competitive advantage) berdasarkan keunggulan komperatif (comparative advantage); (2) menggambarkan sisitem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan; (3) mempercepat pembangunan ekonomi daerah yang efektif dan kuat dengan memperdayakan pelaku dan potensi ekonomi daerah.

Pengembangan Minapolitan sebagai sebuah program, dikarenakan Minapolitan bertujuan untuk mengurangi pengangguran, membuka kesempatan kerja dan berusaha masyarakat, serta menekan laju urbanisasi. Minapolitan

sebagai sebuah program dengan diwujudkan melalui sistem kawasan minabisnis, minindustri dan minawisata.

## 2. Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Hasil Perikanan

Istilah pemasaran dan tata niaga yang sering didengar dalam ucapan sehari-hari adalah terjemahan atau berasal dari perkataan "marketing". Tataniaga atau pemasaran dapat didefinisikan sebagai tindakan atau kegiatan yang berhubungan dengan bergeraknya barang-barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Hanafiah dan Saefuddin, 1986). Selanjutnya, Kotler (1992) mengatakan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran, dimana proses pertukaran melibatkan kerja seperti : penjual harus mencari pembeli, mengenali kebutuhan pembeli, merancang produk yang tepat, mempromosikan produk tersebut, menyimpan dan mengangkutnya dan lain sebagainya.

Terdapat dua kepentingan dalam pemasaran, yaitu kepentingan produsen dan kepentingan konsumen yang harus disambungkan dan dipadukan sehingga menjadi kepentingan bersama. Selanjutnya Effendi dan Oktariza (2006), menguraikan bahwa, produk usaha perikanan terdiri beberapa tipe, antara lain ikan hidup, ikan segar, dan beraneka ragam ikan olahan. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), tata niaga hasil perikanan mempunyai sejumlah ciri-ciri, diantaranya:

a. Sebagian besar dari hasil perikanan berupa bahan makanan yang dipasarkan diserap oleh konsumen akhir secara relatif stabil sepanjang tahun sedangkan penawarannya sangat tergantung pada produksi yang sangat dipengaruhi oleh keadaan iklim

- b. Pada umumnya pedagang pengumpul memberi kridit kepada produsen (nelayan atau petani ikan), sebagai ikatan atau jaminan untuk dapat memperoleh bagian terbesar dari hasil perikanan dalam waktu tertentu
- c. Saluran tataniaga hasil perikanan pada umum tersidiri daari : produsen (nelayan atau petani ikan), pedagang perantara sebagai pengepul, wholesaler (grosir), pedagang eceran dan konsumen (industri pengolahan dan konsumen akhir).
- d. Pergerakan hasil perikanan berupa bahan makanan dari produsen sampai kekonsumen pada umumnya meliputi proses-proses pengumpulan, penimbangan dan penyebaran, dimana proses pengumpulan adalah yang terpenting.
- e. Kedudukan terpenting dalam tata niaga hasil perikanan terletak pada pedagang pengumpul dalam fungsinya sebagai pengumpul hasil. Berdasarkan bahwa daerah produksi terpencr-pencar, skala produksi kecil, dan produksinya berlangsung musiman.
- f. Tata niaga hasil perikanan tertentu pada umumnya bersifat musiman, karena pada umumnya produksi berlangsung musiman, dan ini jelas dapat dilihat pada perikanan laut.

Tipe produk perikanan tersebut menyebabkan proses dan mekanisme pemasaran menjadi sangat beragam, kompleks, dan rumit. Oleh karena itu dalam agribisnis perikanan diperlukan suatu manajemen pemasaran (Effendi dan Oktariza, 2006).

Usaha Pemasaran rumput laut merupakan salah satu unsur agribisnis perikanan, dimana berdaarkan pendekatan agribisnis perikanan memerlukan

aspek-aspek agribisnis yang saling terintegrasi mulai dari bahan baku, proses produksi, proses pengolahan pasca panen dan pemasaran hasil produksi kering.

Berdasarkan penggunaannya, maka hasil perikanan dapat dikelompokan kedalam bahan mentah dan barang konsumsi. Sebagai bahan mentah akan dibeli oleh pabrik atau usaha pengolahan untuk diolah menjadi barang jadi, sebagai barang konsumsi akan dibeli oleh konsumen akhir. Barang-barang diterima (dibeli) untuk industri pengolahan langsung di produsen atau dari pedagang pengepul lokal. Pergerakan hasil perikanan sebagai barang konsumsi dari produsen sampai konsumen pada dasarnya menggambarkan proses pengumpulan maupun penyebaran. Dengan demikian jelaslah bahwa terdapat satu sampai beberapa golongan pedagang perantara. Pedagang perantara ini dikenal sebagai saluran tata niaga (marketing channel). Tegasnya saluran tata niaga terdiri dari pedagang perantara yang membeli dan menjual barang dengan tidak menghiraukan apakah mereka itu memiliki barang atau hanya bertindak sebagai agen dari pemilik barang (Hanafiah dan Saefuddin, 1986).

Swastha (1999) mengatakan saluran pemasaran dapat didefinisikan dalam beberapa cara. Umumnya defenisi yang ada memberikan gambaran tentang saluran pemasaran ini sebagai suatu rute atau jalur. Sedangkan David A. Revzan dalam Swastha (1999) mengartikan saluran pemasaran sebagai suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen. Secara luas terdapat dua golongan besar lembaga-lembaga yang mengambil bagian dalam saluran pemasaran; 1). Perantara pedagang dan 2). Perantara agen. Pedagang digunakan disini untuk memberikan gambaran bahwa usahanya mempunyai hubungan yang erat dalam pemilikan barang sedangkan

agen diartikan sebagai lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang tetapi mereka tidak mempunyai hak memiliki barang yang diperdagangkan.

Berdasarkan tingkat pembelinya, seorang pengusaha perikanan seperti nelayan atau pembudidaya ikan dapat menjual hasil penennya ke berbagai tingkat pedagang. Pertama, pedagang pengecer, umumnya memasarkan barang-barang yang dibelinya di pasar-pasar lokal yang masih dalam satu kabupaten. Kedua, pedagang pengumpul, baik pengumpul lokal maupun pengumpul kabupaten. Ketiga, pedagang pengumpul besar, Penjualan ke pedagang pengumpul besar. Keempat, intitutional market. Kelima, pasar swalayan yang berfungsi sebagai pedagang eceran. Pasar swalayan umumnya berada di kota besar. Secara umum, saluran pemasaran dari nelayan atau pembudidaya ikan melalui beberapa jalur (Effendi dan Oktariza, 2006)

## 3. Fungsi Pemasaran di Kawasan Minapolitan

Fungsi Pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran. Dengan perkataan lain fungsi pemasaran ini harus tampung dan dipecahkan oleh produsen dan mata rantai saluran saluran barang-barangnya, lembaga-lembaga lain yang terlibat dalam proses pemasaran misalnya usaha pengangkutan, bank, badan asuransi, dan sebagainya maupun konsumen maupun konsumen (Agribisnis Community, 2010). Kegiatan-kegiatan dari pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang tertuju untuk memindahkan barang-barang atau jasa-jasa dari sektor produksi ke sektor

konsumsi. Kegiatan tersebut dinamakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran, fungsi ini diselenggarakan oleh nelayan, lembaga pemasaran dan lembaga pemeberi jasa.

Jenis kegiatan pemasaran cukup banyak, tetapi umumnya mencakup pengumpulan informasi pasar, sorasi dan grading, pengangkutan, pengumpulan dan atau penyimpanan, penjualan dan penyajian serta promosi produk agribisnis perikanan (Effendi dan Oktariza, 2006). Fungsi pemasaran dapat dikelompokan atas tiga fungsi pemasaran, yaitu:

## a. Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi ini dibedakan menjadi fungsi pembelian dan fungsi penjualan.

## b. Fungsi Fisik

Fungsi fisik adalah semua tindakan yang berhubungan langsung dengan barang dan jasa sehingga proses tersebut menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsi ini dibedakan menjadi fungsi penyimpan dan fungsi pengangkut.

## c. Fungi Fasilitas

Fungsi fasilitas adalah tindakan untuk mempelancar proses terjadinya pertukaran dan fungsi fisik yang terjadi antara produsen dan konsumen. Fungsi ini dibedakan menjadi fungsi standarisasi dan grading, fungsi penanggung resiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar (Hanafiah dan Saefuddin, 1986)

Selain itu menurut Widodo dan Syukri (2005), sering kali fungsi-fungsi tersebut menimbulkan masalah yang harus dipecahkan baik oleh pihak produsen yang bersangkutan maupun oleh lembaga yang merupakan mata rantai saluran produk itu. Fungsi yang dimaksud adalah pembelian dan pengumpulan, penjualan dan penyebaran, penyimpanan, pengolahan, pembiayaan atau pendanaan, risiko, dan informasi pasar.

## 4. Keuntungan, Margin, dan Efisiensi Pemasaran

Proses pemasaran yang dilakukan dapat dianalisis dalam margin, keuntungan, dan efisiensi untuk menentukan efektif dan efesiensi kegiatan pemasaran yang dilakukan. Winardi (1993) dalam Setiawati (2000) mendifinisikan margin pemasaran sebagai selisih harga pada produsen dengan harga yang di bayar oleh konsumen. Margin lembaga pemasaran dapat dihitung dengan mencatat nilai penjualan, nilai pembelian dan volume barang dagangan dari tiap lembaga pemasaran suatu perusahaan (firm) menetapkan besar margin pemasaran dengan sejumlah nilai uang yang dapat menutupi biaya dan keuntungan perusahaan. Sementara keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dengan harga yang dibayar oleh penjual terakkhir setelah dikurangi dengan biaya pemasaran Satiawati (2000). Sedangkan pemahaman efesiensi pada tingkat pengusaha adalah apabila penjual produk dapat memperoleh keuntungan tinggi bagi usahanya.

Penawaran yang didefinisikan sebagai jumlah barang yang tersedia untuk dijual pada berbagai tingkat harga, waktu, dan tempat tertentu merupakan hal penting dalam pemasaran (Hanafiah dan Saefuddin, 1996). Penawaran hasil perikanan berbeda dengan penawaran hasil industri, dikarenakan sifatnya perishable, peningkatan produksi akan meningkatkan biaya, produksi sukar disesuaikan dengan harga, dan tergantung pada alam. Menurut Sukirno (1994),

keinginan penjual menawarkan barangnya ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah harga barang itu sendiri, harga barang pengganti, biaya produksi, tujuan perusahaan, dan tingkat tehnologi yang digunakan.

Analisis pemasaran rumput laut di wilayah potensial di Indonesia oleh Hikmayani, dkk (2007) mengungkapkan bahwa, lembaga pemasaran yang terlibat dalam perusahaan rumput laut terdiri atas pedagang pengumpul lokal, pedagang besar serta industri/eksportir dengan struktur pasar bersifat oligopoli, kemudian pemasaran yang paing efesien berada lokasi Karimun Jawa, Sumbawa, Bandung, Janeponto, Bima dan Sumenap. Menurut Harifuddin, dkk (2011), untuk mengetahui tingkat efesiensi pemasaran rumput laut pada masing-masing lembaga pemasaran, digunakan perbandingan antara biaya pemasaran dan harga, sehingga diperoleh bahwa, efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Mandelle Kecamatan Mandelle Kabupaten Pangkajene dan kaepulauan ditentukan berdasarkan panjang pendeknya saluran pemasaran, dimana saluran pemasaran yag lebih pendek lebih efesiensi dari pada saluran pemasaran yang panjang.

## 5. Transmisi Harga dan Intergrasi Pasar

Integrasi pasar didefinisikan sebagai pergerakan harga yang berhubungan dengan dua pasar atau lebih. Lebih jauh dijelaskan bahwa hal tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar pembentukan harga suatu komoditas pada suatu tingkat lembaga pemasaran dipengaruhi oleh harga ditingkat lembaga pemasaran lainnya (Rahim dan Hastuti, 2007). Untuk mengkaji integrasi pasar digunkan analisi korelasi. Koefesien korelasi dapat memberikan penafsiran sampai berapa jauh pembentukan harga suatu komoditas pada suatu tingkat pasar dipengaruhi oleh pasar lainnya.

Dinamika jangka pendek harga komoditas pertanian di daerah kosumen pada umumnya memiliki pola yang sama dengan dinamika harga di daerah produsen karena permintaan yang dihadapi petani di daerah produsen merupakan turunan dari permintaan di daerah konsumen. Jika terjadi kenaikan harga di pasar konsumen akibat naiknya permintaan maka pedagang akan meneruskan kenaikan harga tersebut kepada petani sehingga harga di pasar produsen juga mengalami peningkatan. Akan tetapi proses transmisi harga dan pasar konsumen ke pasar produsen tersebut umumnya tidak sempurna dan bersifat asimetris, artinya jika terjadi kenaikan harga di pasar konsumen, maka kenaikan harga tersebut diteruskan kepada petani secara lamban dan tidak sempurna, sebaliknya jika terjadi penurunan harga. Pola transmisi seperti ini menyebabkan fluktuasi harga di pasar konsumen cendrung lebih tinggi di banding fluktuasi harga di pasar produsen dan perbedaan fluktuasi harga tersebut akan semakin besar apabila transmisi harga yang terjadi semakin tidak sempurna (Irawan, 2007).

Akibat posisi tawar yang lemah, terkait dengan berbagai kendala yang dihadapi, maka proses transmisi harga tersebut yang bersifat asimetris dimana penurunan harga konsumen diteruskan kepada petani secara cepat dan sempurna, sebaliknya kenaikan harga diteruskan secara lamban dan tidak sempurna. Konsekuensinya adalah petani seringkali mengalami tekanan harga dan ketidakpastian pendapatan petani relatif tinggi akibat fluktuasi harga yang tinggi. Tidak adanya hubungan langsung secara institusional diantara pelaku agribisnis menyebabkan kaitan fungsional yang harmonis tidak terbentuk dan setiap pelaku agribisnis hanya memikirkan kepentingan sendiri, tanpa menyadari bahwa mereka saling membutuhkan dan saling tergantung untuk dapat mengembangkan

usahanya. Struktur agribisnis yang demikian menyebabkan terbentuknya margin ganda akibat rantai pemasaran yang panjang sehingga ongkos produksi yang harus dibayar konsumen menjadi lebih mahal, sementara masalah transmisi harga dan informasi pasar yang tidak sempurna tidak dapat dihindari akibat tidak adanya kesetaraan posisi tawar, terutama antara petani dan pedagang (Suharyanto, 2005).

Menurut Sudiyono (2001), elastisitas transmisi merupakan perbandingan perubahan nisbi dari harga di tingkat pengecer dengan perubahan harga di tingkat petani. Dengan mengetahui hubungan antara perubahan nisbi dengan harga di tingkat pengecer dan perubahan nisbi harga di tingkat petani, maka diharapkan dapat memberikan informasi pasar tentang : 1) Kemungkinan adanya peluang kompetisi yang efektif dengan jalan memperbaiki "market transperency", 2) Keseimbangan penawaran dan pennintaan antara petani dengan pedagang, sehingga dapat mencegah fluktuasi yang berlebihan, 3) Kemungkinan pengembangan pedagang antar daerah dengan mengajukan informasi perkembangan pasar nasional atau lokal, 4) Kemungkinan pengurangan resiko produksi dan pemasaran sehingga dapat mengurangi kerugian, dan 5) Peluang perbaikan pemasar<mark>an (terutama</mark> campur tangan harga) dengan menyediakan analisis yang relevan pada pembuatan keputusan (decision maker).

#### 6. Rumusan Strategi Pemasaran Rumput Laut

Rumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal. Lingkungan eksternal usaha berubah dengan cepat sehingga melahirkan peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal mengakibatkan perubahan faktor internal

usaha seperti perubahan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Unsur-unsur pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama yakni: strategi persaingan, taktik pemasaran, dan nilai pemasaran (Rangkuti, 2008)

Peluang pasar pengembangan usaha rumput laut sangat menjajikan seiring dengan tingginya permintaan pasar rumput laut dan hasil olahannya, baik di dalam maupun di luar negeri.

## 7. Kualitas Rumput Laut (Harga dan Rantai Pemasaran)

Dalam dunia perdagangan dan juga dalam penggunaan sehari-hari, alga (makroalga yang hidup sebagai fitobentos) sering disebut sebagai rumput laut yang merupakan terjemahan dari istilah Inggris "sea weed". Sebenarnya istilah rumput laut itu tidak tepat karena secara botanis alga tidak termasuk golongan rumput-rumputan (Graminae). Tetapi istilah ini sudah terlanjur populer digunakan di Indonesia, khususnya dalam kalangan perdagangan (Nontji, 2002). Secara umum alga (rumut laut) didefinisikan sebagai tanaman air yang sederhana hingga kompleks (besar) yang termasuk ke dalam lima kelas dari tanaman, mempunyai klorofil sehingga memiliki kemampuan berfotosentesis.

Berdasarkan taksonomi flora, dunia tumbuhan-tumbuhan di bagi menjadi empat devisi utama, yakni *Thallophyta*, *Bryophyta*, *Pteridophyta* dan *Spermatophyta*. Dari keempat devisi ini, hanya *Thallophyta* dan *Spermatophyta* yang terdapat di laut. Hampir semua kelompok tumbuh-tumbuhan laut termasuk dalam divisi *Thallophyta*. Sifat khas divisi ini adalah dianggap primitif, artinya badannya sedikit atau tidak terbagi-bagi dalam alat vegetatif seperti akar batang, ranting atau cabang dan daun. Penting untuk diketahui dari kelompok ini adalah alga laut dan bakteri laut. Sebagian besar alga laut berwarna indah dan ada pula

yang bercahaya. Pigmen-pigmen dari kromatofor (chromatophare) menyadap sinar matahari untuk fotosintesis. Atas dasar warna yang dimiliki oleh alga laut yang berbeda antara satu kelompok dan kelompok yang lain, maka pembagian kelas dari divisi Thallophyta yang artinya tumbuh-tumbuhan bertalus ini mengikuti warna yang dimiliki. Kelas-kelas tumbuh-tumbuhan dari Thallophyta adalah: Myxophyceae (Alga hijau-biru), Chlorophyceae (Alga Phaeophyceae (Alga coklat), Rhodophycea (Alga merah), Chrysophyceae (Alga hijau-kuning termasuk diatom). Sifat-sifat lain yang berkaitan dengan struktur sel dan daur hidup lebih fondamental dalam membeda-bedakan kelima kelas alga laut tersebut. Setiap kelompok mempunyai bentuk yang sangat beragam. Keempat kelas pertama, yakni Myxophyceae, Chlorophyceae, Phaeophyceae dan Rhodophycea, kecuali beberapa alga hijau-biru, terdiri dari tumbuh-tumbuhan melekat, sedangkan alga hijau-kuning khas tumbuh-tumbuhan mengapung atau planktonik (Romimohtarto dan Juwana, 2007). Marga-marga rumput laut yang bernilai ekonomi tersebut adalah Eucheuma, Gracilaria, Gelidium, Gelidiopsis dan Hypnea. Eucheuma, rumput laut yang tumbuh dalam goba-goba yang didominsi oleh lamun tropikka dan lamun gong, merupakan penghasil agar dan karagenan, Gracilaria dan Gelidium merupakan penghasil agar (Romimohtarto dan Juwana, 2007).

Rumput laut merupakan komoditas yang berpotensi untuk dikembangkan karena rumput laut, baik dalam bentuk bahan baku maupun hail olahannya, merupakan komoditas mendunia. Rumput laut merupakan salah satu komoditas perikanan yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat, menyerap tenaga kerja dan meningkatkan devisa negara. Demikian juga dengan produk

olahannya, baik dalam bentuk bahan dasar yaitu keraginan, agar dan alginat maupun hasil formulasi dari ketiga hidrokoloid tersebut.

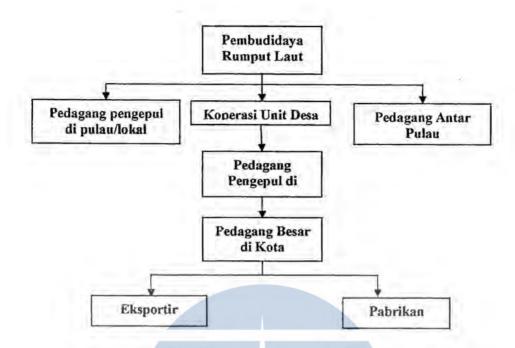
Peluang pasar pengembangan usaha rumput laut sangat menjajikan seiring dengan tingginya permintaan pasar rumput laut dan hasil olahannya, baik di dalam maupun di luar negeri. Permintaan dunia akan ketiga hidrokolid tersebut setiap tahunnya terus meningkat. Hal ini disebabkan ketiga jenis hidrokoloid tersebut berasal dari tumbuhan yang tidak mengakibatkan efek samping terhadap kesehatan bila dikonsumsi dalam bentuk makanan atau obat-obatan. Demikian juga penggunaannya dalam industri non pangan dan berbagai industri lainnya semakin meluas, seperti tekstil, cat, keramik, kertas dan lain-lain.

Produksi rumput laut Indonesia, khususnya jenis-jenis rumput laut yang tumbuh di daerah tropis adalah yang terbesar di dunia. Kotribusi Indonesia dalam bahan baku sudah diakui internasional. Lemahnya penguatan struktur industri rumput laut nasional, disebabkan Indonesia masih dikendalikan oleh buyer dari luar. Karenanya langkah yang harus segera dilakukan adalah memprogramkan penguatan struktur industri rumput laut nasional dari hulu ke hilir. Membuat "cetak biru" pengembangan industri nasional yang berkelnjutan, dengan strategi pencapiannya 5 sampai 10 tahun ke depan, merupakan salah satu hal yang mendesak untuk dilakukan. Tentunya dengan melibatkan berbagai pihak pemangku kepentingan, termasuk para pelaku usaha. Program yang bersinergi dan terkoordinasi dengan baik antar kementerian terkait dari pihak pemerintah dan pelaku usaha di pihak lain seperti para petani, pedagang, eksportir, dan industri pengolah, termasuk didalamnya lembaga keuangan bank dan non bank, akan

menjadi kunci keberhasilan pencapaian "cetak biru" pengembangan industri rumput laut nasional secara berkelanjutan (Bambang, 2004)

Rantai pemasaran rumput laut terdiri dari simpul-simpul pedagang lokal, antar pulau, dan eksportir yang hampir merupakan model yang sama di seluruh Indonesia. Pembudidaya akan menjual hasil panennya pada pedagang lokal sebagai pengumpul/pengepul atau koperasi. Dari pedagang lokal atau pedagang antar pulau dijual kepedagang di kota. Selanjutnya, oleh pedagang di kota, rumput laut dijual ke industri di dalam negeri atau eksportir.

Simpul-simpul perdagangan ini tidak bisa diputus mengingat jarak yang jauh antara produsen rumput laut atau pembudidaya rumput laut dengan pasar di hilirnya, yaitu pabrikan atau prosesor dan eksportir. Setiap simpul akan memprose lebih lanjut hasil panen pembudidaya rumput dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas supaya bisa diterima oleh pabrikan pengolahan rumput laut, baik di dalam maupun di luar negeri. Pemrosesan di tingkat eksportir antara lain menjemur kembali untuk mendapatkan kadar air yang disyaratkan. Selain itu, garam dan kotoran yang menempel pada rumput laut juga dibuang dengan cara mengayak rumput laut melalui kasa kawat.



Gambar, 2.1. Rantai Pemasaran Rumput Laut Antar Pulau

Budidaya rumput laut sebagai suatu usaha perlu memperhatikan aspekaspek manfaat dari sisi ekonomi. Berikut ini diuraikan teori tentang pengukuran aspek-aspek manfaat yang terdiri dari peningkatan pendapatan, kelayakan usaha dari margin pemasaran sebagaimana yang dikemukakan oleh Hanafie (2010) pada definisi di bawah ini pendapatan dairtikan sebagai keuntungan yang merupakan selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya selama proses produksi.

Selanjutnya masih Hanfie (2010) kelayakan usaha menunjukan tingkat efesiensi ekonomi yang merupakan daya saing dari produk yang dihasilkan. Imbangan biaya-penerimaan bisa dinyatakan dlam R/C (Return and Cost Ratio). Sedangkan margin pemasaran disebutkan sebagai harga yang dibayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Tinggi rendahnya margin pemasaran dipakai untuk mengukur efesiensi sistem pemasaran (tergantung dari

fungsi pemasaran yang dijalankan). Semakin besar margin pemasaran maka tidak efesien sistem pemasaran tersebut.

Jumlah yang harus dibayarkan oleh konsumen dan harga yang akan diterima oleh produsen sangat tergantung kepada bentuk dan struktur pasar yang ada, selain itu panjangnya rantai pemasaran seringkali juga menimbulkan pemasaran yang kurang efesien. Margin pemasaran menjadi tinggi akibat bagian yang diterima produsen/ pembudidaya menjadi kecil. Hal ini dapat mengakibatkan banyaknya pembudidaya yang gulung tikar.

## B. Kerangka Pikir Penelitian

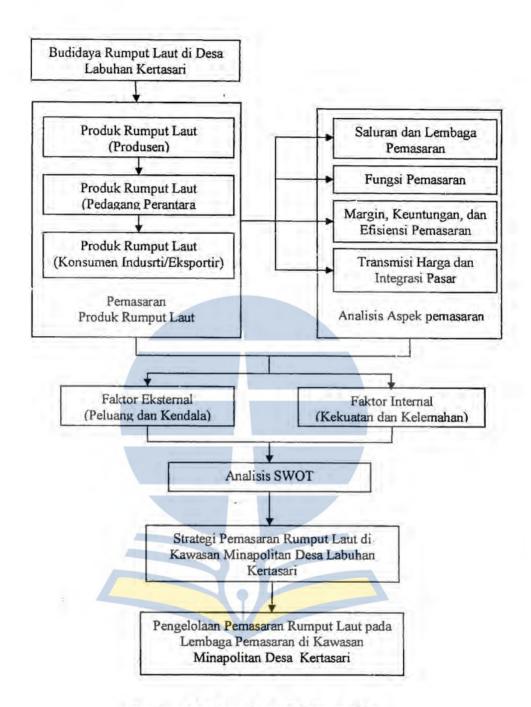
Kegiatan budidaya rumput laut di Desa Labuhan Kertasari yang menghasilkan produk rumput laut (kering) sangat penting bagi pembangunan masyarakat setempat. Rumput laut kemudian ditentukan sebagai komoditi unggulan daerah Kabupaten Sumbawa Barat, sehingga program-program kegiatan oleh pemerintah daerah maupun pusat tertuju (dititik beratkan) pada pengembangan usaha budidaya rumput laut.

Salah satu aspek penting yang masih lemah dan perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha ini adalah aspek pemasaran. Kegiatan menyalurkan produk rumput laut dari produsen sehingga ke konsumen sangatlah penting agar usaha budidaya rumput laut dapat memperoleh keuntungan untuk kontinuitas usaha. Telaah aspek pemasaran antara lain berkaitan dengan saluran lembaga pemasaran, fungsi pemasaran margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran, serta transmisi harga dan integrasi pasar. Hasil telaah yang merupkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) kemudian dikombinasikan dengan faktor eksternal (peluang dan

ancaman), menghasilkan strategi-strategi dalam pemasaran rumput laut dari Kecamatan Kertasari

Strategi pemasaran yang dihasilkan dapat diimplementasikan di tingkat produsen dan pedagang perantara yang terlibat dalam pemasaran rumput laut di Kecamatan Kertasari. Agar permasalahan pengelolaan usaha budidaya rumput laut pada aspek pemasaran oleh produsen (pembudidaya) maupun pedagang perantara dapat terpecahkan dengan baik. Kerangka pikir penelitian ini diuraikan dalam Gambar 2.2





Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Penelitian ini terutama dilakukan melalui penelitian eksploratori dan penelitian deskriptif. Menurut Wahdi (2011), penelitian eksploratori adalah desain riset yang lebih menekankan pada pengumpulan ide-ide dan masukan-masukan, untuk memecahkan masalah yang luas dan samar menjadi sub masalah yang lebih sempit dan tepat. Sedangkan penelitian deskriptif adalah desain riset yang lebih menekankan pada penentuan frekuensi terjadinya suatu atau sejauh mana dua variabel saling behubungan. Penelitian eksploratori mengarah pada kajian saluran dan fungsi pemasaran, analisi margin, keuntungan, dan efesiensi pemasaran, serta rumusan strategi pemasaran rumput laut, sedangkan penelitian deskriptif mengarah pada analisis transmisi harga dan integrasi pasar.

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, dari bulan Juni hingga Nopember Tahun 2016 di Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat. Tempat penelitian ditentukan secara *purposive*, dengan pertimbangan bahwa daerah atau lokasi tersebut merupakan pusat budidaya dan penghasil rumput laut di Kabupaten Sumbawa Barat

#### C. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder yang diuraikan sebagai berikut :

- Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara langsung berdasarkan daftar pertanyaan/kuisioner dengan pembudidaya rumput laut dan pedagang pengumpul rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.
- 2. Data sekunder diperoleh melalui publikasi instansi-instansi terkait dan bahan-bahan pustaka yang berhubungan dengan substansi penelitian seperti lembaga penelitian, jurnal hasil penelitian dan perguruan tinggi. Menurut Sugiyono (2005) data sekunder adalah yang tidak langsung diperoleh, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen.

## D. Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nelayan pembudidaya rumput laut dan seluruh pedagang pengumpul yang terlibat dalam pemasaran rumput laut yang ada di Desa Kertasari. Sampel nelayan pembudidaya rumput laut di Desa Kertasari yang diambil sebagai responden melalui tehnik purposive sampling. Pengambilan sampel ini dengan pertimbangan nelayan yang masih aktif melakukan kegiatan budidaya dan pemasaran rumput laut.

Jumlah sampel nelayan budidaya rumput laut sebanyak 10 % dari populasi. Populasi nelayan pembudidaya rumput laut saat ini sebanyak 397 orang, sehingga jumlah sampel yang diambil 40 responden nelayan. Sedangkan responden pedagang pengumpul diambil keseluruhan sebanyak 3 orang responden.

Responden untuk menggali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dilakukan dengan diskusi group (Focus group discussion) dengan menghadirkan pihak-pihak terkait (stakeholder) dengan pemasaran rumput laut yang meliputi perwakilan dari nelayan pembudidaya rumput laut, pedagang pengepul kecil,

pedagang pengepul besar, penyuluh perikanan lapangan, instansi terkait yaitu Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan Kabupaten Sumbawa Barat.

#### E. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan untuk nelayan budidaya rumput laut, dan kuesioner untuk pedagang pengumpul (kuesioner terlampir). Instrumen/pedoman diskusi grouf disajikan dengan menguraikan daftar pertanyaan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan digali ketika diskusi group/diskusi mendalam dilaksanakan.

Sebelum operasionalisasi penelitian dilaksanakan, dilakukan uji coba kuesioner untuk memastikan apakah kuesioner yang akan dipakai untuk mengukur variable penelitian valid atau tidak. Kuesioner yang valid berarti kuesioner yang dipergunakan untuk mengumpulkan data itu valid. Valid berarti kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

#### F. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini tedapat empat metode analisis data, yaitu :

- Analisis deskriptif kualitatif dilakukan untuk mengkaji bentuk saluran dan lembaga pemasaran, serta fungsi lembaga pemasaran, dengan pembagian sebagai berikut;
  - a. Bentuk saluran pemasaran dikaji dengan mengidentifikasi berapa banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran. Berdasarkan informasi awal, saluran pemasaran yang ada saat ini adalah pengumpul kecil, dan pengumpul sedang yang perlu dikaji lebih lanjut.

- b. Fungsi lembaga pemasaran dikaji terhadap fungsi-fungsi pemasaran yang dijabarkan cleh Hanafiah dan Saefuddin (1989). Penilaian yang digunakan adalah "sulit" dan "tidak sulit" dalam pelaksanaan fungsi. Fungsi-fungsi tersebut adalah:
  - 1) Fungsi pertukaran : penjualan dan pembelian
  - 2) Fungsi pengadaan secara fisik : pengangkutan dan penyimpanan
  - Fungsi pelancar : permodalan, penanggung resiko, standarisasi dan grading, serta informasi pasar.
- 2. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menentukan margin, keuntungan dan efesiensi pemasaran melalui persamaan-persamaan berikut :
  - a. Analisis margin pemasaran

$$MP = Hk - Hp$$

Dimana:

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

Hk = Harga pada tingkat pengumpul terakhir di Kawasan Minapolitan

Desa Labuhan Kertasari (Rp/Kg)

Hp = Harga pada tingkat Produsen (Rp/Kg)

b. Analisis keuntungan lembaga pemasaran:

KP = MP - BP

Dimana:

KP = Keuntungan pemasaran (Rp/Kg)

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

BP = Biaya pemasaran (Rp/Kg)

c. Analisis efesiensi pemasaran :

EP = BP / Hk

Dimana:

EP = Efesiensi pemasaran (Rp/Kg)

BP = Biaya pemasaran (Rp/Kg)

Hk = Harga pada tingkat pengumpul terakhir di Kawasan Minapolitan

Desa Labuhan Kertasari (Rp/Kg)

Dengan ketentuan bahwa:

- Jika EP > 1 berarti tidak efesien, dan
- Jika EP < 1 berarti efesien

Dan persamaan efesiensi pemasaran yang dikemukakan oleh fanani (2002):

 $EP = (Hp / Hk) \times 100\%$ 

Dimana:

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

Hk = Harga pada tingkat pengumpul terakhir di Kawasan Minapolitan

Desa Pelabuhan Kertasari (Rp/Kg)

Hp = Harga pada tingkat produsen (Rp/Kg)

- 3. Analisis transmisi harga dan integrasi pasar melalui pemasaran:
  - a. Analisis integrasi pasar

Dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana (Lilimantik, 2008), melibatkan dua variabel yakni harga ditingkat produsen (Pf) dan harga di tingkat konsumen (Pr) yang terlebih dahulu dilogaritmakan. Model persamaannya adalah:

 $Pf = \alpha + \beta Pr$ 

Dimana:

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/Kg)

Pr = Harga pada tingkat pengumpul terakhir di Kawasan Minapolitan Desa Pelabuhan Kertasari (Rp/Kg)

 $\alpha = Intersep$ 

 $\beta$  = Slope (koefesien regresi)

Kriteria penelitian:

- Jika β < 1, maka struktur pasar adalah monopsoni atau oligopsoni, karena kenaikan harga satu unit di tingkat konsumen diikuti kenaikan harga yang lebih kecil dari satu unit di tingkat produsen.
- 2) Jika  $\beta = 1$ , maka struktur pasar adalah persaingan sempurna, pembentukann harga antara pasar lebih terintegrasi, karena kenaikan harga satu unit di tingkat konsumen diikuti kenaikan harga satu unit di tingkat produsen.
- 3) Jika β > 1, maka struktur pasar adalah monopoli atau oligopoli, karena kenaikan harga satu unit di tingkat konsumen diikuti kenaikan harga yang lebih besar dari satu unit di tingkat produsen.
- Elastisitas transmisi harga

Sesuai hasil regresi dia atas, maka untuk mengetahui hubungan antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen (Lilimatik. 2008), persamaannya adalah:

 $\eta = \beta (Pr / Pf)$ 

### Dimana:

 $\eta$  = elastisitas transmisi harga

Pf = harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Pr = Harga pada tingkat pengumpul terakhir di Kawasan Minapolitan

Desa Labuhan Kertasari (Rp/Kg)

## Kriteria penilaian:

- Jika η < I, artinya perubahan harga 1% di tingkat konsumen akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1% di tingkat produsen.
- Jika η = 1, artinya perubahan harga 1% di tingkat konsumen akan mengakibatkan perubahan harga 1% di tingkat produsen.
- Jika η > 1, artinya perubahan harga 1% di tingkat konsumen akan mengakibatkan perubahan harga lebih dari 1% di tingkat produsen.
- 4. Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif melalui analisis SWOT (Rangkuti, 2008), dilakukan untuk merumuskan startegi pemasaran rumput laut. Tahap-tahap dalam analisis ini adalah sebagai berikut:
  - a. Susunlah dalam kolom l faktor-faktor kekuatan dan kelemahan atau peluang dan ancaman
  - b. Berikan bobot pada masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Pemberian bobot ini dengan pencermatan bahwa faktor internal dan eksternal dapat memberikan dampak atau pengaruh terhadap posisi strategis dalam pemasaran rumput laut.
  - c. Berikan ranking dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 = sangat menonjol, 3 = menonjol, 2 =

cukup menonjol, 1 = kurang menonjol. Pemberian ranting ini dengan pencermatan bahwa pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pemasaran rumput laut.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan ranting pada kolom 3 untuk memperoleh skor terhadap masing-masing faktor pada kolom 4
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan peringkat berdasarkan skor pada masing-masing faktor. Peringkat ini yang menentukan prioritas dari masing-masing faktor internal dan eksternal.

## 2. Tahap analisis

Pada tahap ini disusun faktor-faktor strategis melalui matrik SWOT, matrik ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan. Matrik ini menghasilkan empat set strategi, yakni :

- a. Strategi SO (strengths opportunities), dibuat berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfatkan peluang.
- b. Strategi ST (strengths threats), menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (weaknesses opportunities), diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.
- d. Strategi WT (weaknesses theats), didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

Keempat strategi yang telah dirumuskan, dikaji untuk menentukan strategi yang paling menguntungkan bagi pemasaran rumput laut berdasarkan analisis SWOT dan akhirnya dapat disusun suatu rencana strategis yang akan menjadi pegangan dalam melaksanakan kegiatan selanjutnya yang lebih efektif, efesien, dan berkelanjutan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat diagram matrik SWOT di bawah ini:

Tabel 4.1. Diagram Matriks SWOT

Faktor Internal (IFAS) Faktor Eksternal (EFAS)	Kekuatan Strenghts (S)	Kelemahan Weakness (W)		
	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)		
Peluang Opportunities (O)	Menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang	Meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang		
Ancaman	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)		
Theaths (T)	Menggunakan kekuatan	Meminimalkan kelemahan		
	dan mengatasi ancaman	dan menghidarkan ancaman		

## G. Definisi Operasional

Definisi operasional untuk membatasi lingkungan penelitian ini adalah :

- Saluran pemasaran adalah alur atau jalur rumput laut penjualan dari produsen (pembudidaya rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari) ke pedagang perantara (pedagang pengumpul di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari)
- Lembaga pemasaran adalah badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran. Lembaga pemasaran adalah produsen, pedagang perantara, dan lembaga pemberi jasa.

- 3. Fungsi pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang tertuju untuk mendistribusikan (memindahkan) produk rumput laut dari produsen (pembudidaya rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari) ke konsumen (konsumen industri atau eksportir di Surabaya, NTB, atau Bali)
- 4. Margin pemasaran adalah selisih harga rumput laut di tingkat produsen (pembudidaya rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari) dan harga di tingkat konsumen (pedagang pengepul pada Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang).
- Keuntungan pemasaran adalah selisih margin pemasaran dan biaya pemasaran rumput laut di tingkat produsen (pembudidaya rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari) dan di tingkat pedagang pengumpul, dinyatakan dalam Rp/kg.
- 6. Efesiensi pemasaran adalah perbandingan antara harga rumput laut di tingkat produsen dan harga rumput laut yang diterima oleh konsumen industri atau eksportir, atau perbandingan antara biaya pemasaran rumput laut dan harga rumput laut di tingkat produsen (pembudidaya rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari) dan pedagang pengumpul, dinyatakan dalam Rp/kg.
- Transmisi harga adalah proses perubahan harga rumput laut di tingkat produsen dan di tingkat konsumen akibat perbedaan harga (kenaikan atau penurunan harga), dinyatakan dalam Rp/kg.
- Integrasi Pasar adalah pergerakan harga rumput laut yang berhubungan dengan dua pasar atau lebih, dinyatakan dalam kesempurnaan atau ketidak sempurnaan pasar.

 Strategi pemasaran adalah alat untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran terbaik dalam proses pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang



#### **BAB IV**

#### TEMUAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Desa Labuhan Kertasari merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat Nusa Tenggara Barat. Desa Kertasari terletak pada 08° 42'-32,21" LS dan 116° 47'-05,96" BT. Jarak tempuh dari ibu kota kecamatan ke lokasi penelitian yakni sekitar 15.00 km sedangkan jarak tempuh ibu kota kabupaten dan ibu kota provinsi masing-masing berjarak 15.00 km dan 235.00 km. Untuk mencapai lokasi penelitian dari ibu kota kabupaten dapat menggunkan transportasi darat sedangkan dari ibu kota provinsi menggunakan transportasi laut melalui penyeberangan Pelabuhan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat - Pelabuhan Kayangan Kabupaten Lombok Timur. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sumbawa Barat nomor 72 tahun 2007 batas-batas Desa Labuhan Kertasari sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Tua Nanga
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Kelanir
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Batu Putih
- Sebelah Barat bernbatasan dengan Selat Alas

Luas wilayah Desa Labuhan Kertasari adalah 1.531 Ha yang terdiri dari luas pemukiman 79 Ha, areal perkebunan seluas 1.200 Ha dari areal untuk prasarana umum lainnya seluas 252 Ha. Desa Labuhan Kertasari terdiri dari 4 (empat) dusun, yaitu Dusun Pandak Baru, Dusun Labuhan, Dusun Kertasari dan Dusun Bone Puteh

Selain data wilayah administrasi, Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan Kabupaten Sumbawa Barat (2012), terdapat data yang berkaitan dengan kondisi wilayah pesisir dan laut Desa Labuhan Kertasari, yakni :

### 1. Topografi

Kondisi topografi Desa Labuhan Kertasari sebagian besar berbukit dan bergunung (75,40%), sedangkan sisanya (24,60%) merupakan daratan rendah dengan kondisi lahan sebagian besar berupa lahan kering yang sangat tergantung pada musim penghujan. Ketinggian rata-rata pemukiman Desa Labuhan Kertasari dari permukaan 5 mdpl. Warna tanah sebagian besar hitam dan abu-abu dengan struktur sebagian besar lumpur berpasir curah hujam rata-rata 1.464 mm dengan jumlah bulan hujan 7 bulan. Kemiringan tanah rata-rata 39 derajat dan luas lahan kritis 1.354 ha. Di Desa Labuhan Kertasari terdapat 1 buah sungai.

#### 2. Pantai

Panjang garis pantai wilayah Desa Labuhan Kertasari adalah 1.050 Ha, ekosistem mangrove seluas 17,00 Ha. Pesisir Desa Labuhan Kertasari umumnya merupakan pantai bepasir dan pantai berkarang (coral reef coast)

## 3. Kedalaman Perairan

Hasil pengukuran Rusmin Nuryadin (2015), kedalaman perairan wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari 0,3-0,6 m, hal ini sangat sesuai sebagai lokasi budidaya rumput laut di wilayah minapolitan desa Labuhan Kertasari. Sesuai dengan pendapat (Indriani dan Sumarsih, 1991) kedalaman perairan yang baik bagi pertumbuhan rumput laut *Eucheuma cottonii* dengan metode lepas dasar adalah 0,3-0,6 m.

### 4. Angin dan Gelombang

Gelombang laut di pantai umumnya merupakan penjalaran gelombang yang ditimbulkan oleh angin di laut lepas. Desa Labuhan Kertasari berbatasan dengan Selat Alas, yang terletak di antara Laut Jawa dan Samudera Hindia. Pantai Desa Labuhan Kertasari sangat terlindung dari gelombang besar karena terletak di dalam Teluk Labuhan Kertaasari dan terlindung oleh pulaupulau kecil, seperti pulau satu, pulau Dua Besar, Pulau Dua Kecil dan Pulau Serang. Tinggi gelombang bervariasi dari tiap-tiap lokasi tergantung pada letak geografisnya, tetapi umumnya sekitar 1-1,5 m. Kondisi ini menjadikan perairan Desa Labuhan Kertasari sangat cocok untuk lokasi budidaya rumput laut dengan metode lepas dasar

### 5. Kecepatan Arus

Berdasarkan hasil pengukuran kecepatan aarus di perairan Kabupaten Sumbawa Barat berkisar antara 5-16 cm/dtk, arus dapat disebabkan oleh pasang surut, angin maupun ombak. Hasil pengukuran Rusmin Nuryadin (2015) di wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari memiliki kecepatan arus 7.00-9.00 cm/dtk.

#### 6. Pasang Surut

Tinggi pasang surut air laut di wilayah perairan Selat Alas pada umumnya berkisar antara 1-1,5m. Pasang surut di Selat Alas mempunyai karakteristik yang unik akibat dipengaruhi oleh dua rambatan gelombang pasang surut yang berasal dari Samudera Hindia dan Samudera Pasifik. Kondisi pasang surut tersebut dipengaruhi pula oleh kondsi aliran air yang melalui selat tersebut dan proses atmosfir skala global sehingga memberikan tambahan

fluktuasi permukaan laut hingga 30 cm pada fluktuaasi permukaan yang disebabkan oleh pasang surut.

#### 7. Suhu

Suhu air laut di perairan Kabupaten Sumbawa Barat berkisar antara 26-31 °C sedangkan perairan Desa Labuhan Kertasari memiliki suhu berkisar 30-31 °C Rusmin Nuryadin (2015). Selanjutnya Dahuri *et al.* (1997) suhu perairan dipengaruhi oleh radiasi dan posisi matahari, letak geografis, musim, kondisi awan, proses interaksi air dengan udara seperti kenaikan panas, penguapan, dan hembusan angin mempunyai peran penting dalam hal fisiologis rumput laut seperti fotosintesis, pertumbuhan, respirasi, reproduksi, dan metabolisme.

#### 8. Salinitas

Salinitas merupakan jumlah garam terlarut dalam air, berdasarkan hasil pengukuran salinitas budidaya rumput laut di Kabupaten Sumbawa Barat berkisar antara 33-35 ppt salinitas diperairan wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari dipengaruhi oleh sirkulasi air laut dilapisan permukaan (0-100 m) diperairan Selat Alas yang cukup kuat oleh angin muism. Pada musim barat (Desember-Februari) arus mengalir ke timur yang membawa air laut bersalinitas rendah (kurang dari 33,5 ppt) dari laut jawa. Sebaliknya pada musim timur (Juni-September), arah aliran air ke barat, dan perairan Flores didominasi oleh air Laut Banda yang bersalinitas di atas 33,5 ppt. Menurut Kadi dan Atmajaya (1988) salinitas yang baik untuk pertumbuhan rumput laut *Eucheuma cottoni* berkisar 30-35 ppt sedangkan salinitas di wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari 35.39-35,99 hasil dari pengukuran Rusmin Nuryadin (2015)

#### 9. Kecerahan

Berdasarkan hasil pengukuran Rusmin Nuryadin (2015) pada beberapa titik dengan menggunakan secchi disk kecerahan perairan wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari berkisar 4,96-7,17 m. Tingkat kecerahan pada perairan wilayah minapoitan Desa Labuhan Kertasari memiliki kecerahan cukup tinggi yang mengindikasikan massa air yang jernih juga merupakan karakter massa air dari lautan lepas.

### 10. Derajat Keasaman (pH)

Berdaasrkan hasil pengukuran pH untuk budidaya rumput laut di Kabupaten Sumbawa Barat berkisar antara 7.7-8.3, sedangkan pH air di wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari berdasarkan hasil pengukuran pH oleh Rusmin Nuryadin (2015). Menurut Kadi dan Atmajaya (1988) pH yang baik untuk pertumbuhan rumput laut jenis *Eucheuma cottoni* berkisar 7-9.

#### B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terbagi atas produsen (Pembudidaya) rumput laut dan Pedagang (Pembeli dan Penjual) rumput laut. Karakteristik responden yang meliputi umur, pendidikan formal dan lama usaha di Desa Labuhan Kertasari, diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Perodusen (Pembudidaya) rumput laut

Umur produsen (pembudidaya) rumpu laut sebagai responden dalam penelitian ini berkisar antara 27 tahun hingga 58 tahun. Pembagian responden berdasarkan kelompok umur pada Tabel 4.1. menunjukan bahwa, persentase responden terbanyak pada kelompok umur 35-44 tahun, dan sebagian besar

(100%) responden berada dalam kategori umur produktif (kurang dari 64 tahun),

Tabel 4.1. Umur Produsen Rumput Laut

	Kelompok							
No	Umur (Th)	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Jumlah	Persentase (%)	
1	15 – 24	-	-	-	-	-	-	
2	25 – 34	4	1	1	-	6	15,00	
3	35 – 44	2	5	l	6	14	35,00	
4	45 – 54	1	5	6	-	12	30,00	
5	55 – 64	3	1	2	2	8	20,00	
6	> 64		-	-	-	_	-	
	Jumlah	10	12	10	8	40	100.00	

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Jenjang pendidikan formal yang dicermati dari responden adalah pendidikan yang diselenggarakan di sekolah-sekolah pada umumnya. Jalur pendidikan ini mempunyai jenjang pendidikan yang jelas, mulai dari pendidikan dasar, pendidikan menengah, sampai pendidikan tinggi (wikipedia, 2016). Tabel 4,2 menunjukan ahwa, sebagian responden (40%) berada pada jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD). Jenjang pendidikan yang dimiliki sebagian responden ini berhubungan dengan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. Hubungan jenjang pendidikan dan kualitas Sumber Daya Manusia yang dijabarkan oleh Kusnadi (2009) adalah salah satu masalah mendasar yang dihadapi oleh masyarakat pesisir adalah kwalitas Sumber Daya Manusia yang rendah karena tingkat pendidikan mereka pada umumnya hanya lulusan/tidak tamat Sekolah Dasar. Dengan demikian responden (produsen rumput laut) dalam penelitian ini memiliki kualitas sumber daya manusia yang masih rendah dikarenakan sebagian besar responden berada pada jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD).

Tabel 4.2. Jenjang Pendidikan Formal Produsen Rumput Laut

	Kelompok		Desa Labuha			D	
No	Umur (Th)	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusan Bone Putih	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	3	7	4	2	16	40,00
2	SMP	2	2	4	2	10	25,00
3	SMA	5	2	2	4	13	32,50
4	Perguruan Tinggi	-	I	-	-	1	2,50
	Jumlah	10	12	10	8	40	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Usaha budidaya rumput laut yang digeluti atau dijadikan oleh responden menjadikannya sebagai produsen rumput laut. Usaha ini telah dijadikan oleh responden di Desa Labuhan Kertasari selam 7 hingga 30 tahun, artinya ada responden yang baru menjalankan usaha selama 7 tahun namun ada responden yang telah menjalankan usaha selama 30 tahun. Tabel 4.3 menunjukan bahwa, hanya 6 orang (15%) responden yang menjalankan usaha budidaya rumput laut antara 5-10 tahun sedangkang 34 orang (85%) responden telah lama menjalankan kegiatan budidaya rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari lebih dari 10 tahun hal ini menunjukan bahwa pembudidaya rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari sudah memiliki keahlian dalam usaha budidaya rumput laut.

Tabel 4.3. Lama Usaha Produsen Rumput Laut

			Desa Labuha		Persentase			
No	Lama Usaha (th)	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Jumlah	(%)	
1	< 1	-	-	-	-	-	<u> </u>	
2	5 – 10	4	1	1	-	6	15,00	
3	> 10	6	11	9	8	34	85,00	
	Jumlah	10	12	10	8	40	100.00	

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

### 2. Pedagang Rumput Laut

Kelompok umur pedagang rumput laut yang melaukan proses jual beli rumput laut dari produsen (pembudidaya) rumput laut di Desa Labuhan Kertasari berada dalam kategori umur produktif, yakni kurang dari 64 tahun atau berkisar antara umur 35 tahun hingga 64 tahun (tabel 4.4). Menurut Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2016), *usia produktif* yaitu penduduk yang berusia mulai dari 15-64 tahun. Kategori umur produktif penting untuk dicermati, hal ini berhubungan dengan aktivitas sebagai pedagang (melakukan pembelian dan penjualan rumput laut).

Tabel 4.4. Umur Pedagang Rumput Laut

	fZ . 1 1 .		Desa Labuha		-		
No	Kelompok Umur (th)	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Jumlah	Persentase (%)
1	15 – 24	-	-	-	-	-	-
2	25 – 34	-	-	-	-	-	-
3	35 – 44	\ .	-	-	1	1	33,33
4	45 – 54	1	1	-	-	2	66,67
5	55 – 64		-	-	-	-	
6	> 65						
	Jumlah					3	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Sebagian besar (66,67%) jenjang pendidikan oleh pedagang rumput laut yang ditunjukkan oleh Tabel 4.5 adalah pendidikan sekolah dasar (SD). Dengan demikian pedagang rumput laut memiliki kualitas sember daya manusia yang rendah tapi mereka mampu menjalankan usaha perdagangan rumput laut dengan baik. Teori human capital menekankan adanya korelasi positif antara investasi pendidikan dan produktivitas kerja, penghasilan dan pembangunan ekonomi, dan korelasi negatif antara tingkat pendidikan yang dicapai dan

tingkat pengangguran. Tetapi, data empiris menunjukan bahwa asumsi-asumsi teori tidak selalu benar (Jones dan Raharjo, 1998).

Tabel 4.5. Jenjang Pendidikan Pedagang Rumput Laut

	T!		Desa Labuha	n Kertasari			Damesta	
No	Jenjang Pendidikan	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Jumlah	Persentase (%)	
1	SD	1	1	-	-	2	33,33	
2	SMP	-	-	-	-	-	-	
3	SMA	-	-	-	1	1	66,67	
4	Perguruan Tinggi	-	-	-	-	-	-	
Jumlah		1	1		1	3	100.00	

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Kemampuan pedagang dalam menjalankan usahanya dengan baik terlihat dari lama usaha yang dijalankannya. Tabel 4.6 menunjukan bahwa pedagang yang ada di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari telah menjalankan usaha pembelian dan penjualan rumput laut selama 13-16 tahun (lebih dari 10 tahun).

Tabel 4.6. Lama Usaha Pedagang Rumput Laut

	T		Desa Labul		Persentase			
No	Lama Usaaha (th)	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Jumlah	(%)	
1	< 5			-	-	<b>-</b>	-	
2	5 – 10			-	-	-	-	
3	> 10	16	1	3 -	15	-	-	
	Jumlah	1		1	1	3	100.00	

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

### C. Usaha Budidaya Rumput Laut

Usaha budidaya rumput laut yang dilakukan oleh pembudidaya di kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari yang dijalankan hingga saat ini berbentuk usaha pribadi (melibatkan anggota keluarga) terdapat 380 usaha peribadi yang berkembang sampai saat ini (Tabel. 4.7). Walaupun tidak tersetruktur dengan baik usaha peribadi yang melibatkan anggota keluarga bertugas dan bertanggungjawab dalam aktivitasnya. Dalam rangka peningkatan hasil produksi

pemerintah daerah telah membuatkan organisasi kelompok yang memiliki usaha yang sejenis, mereka tergabung dalam kelompok tani pembudidaya rumput sebagai media komunikasi

Tabel 4.7. Bentuk Usaha Produsen Rumput Laut

	Dont le		Desa Labuha				
No	Bentuk Usaha	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Jumlah	Persentase (%)
1	Pribadi (Keluarga)	10	12	10	8	40	100,00
2	Kelompok	-	_	-	-	-	-
	Jumlah					40	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Sebagian besar usaha budidaya ini dilakukan berdasarkan inisiatif sendiri (kemauan yang dimiliki) atas dasar kesuksesan pembudidaya terdahulu dan melihat peluang yang ada. Adapun sumber modal awal usaha dari 40 responden merupakan modal pribadi

Tabel 4.8. Sumber Modal Awal Usaha Produsen Rumput Laut

	Dontale		Desa Labu	han	Kertasari	Kertasari		Damasa
No	Bentuk Usaha	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Bar	u	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Jumlah	Persentase (%)
l	Pribadi (Keluarga)	10	I	12	10	8	40	100,00
2	Peribadi dan Pemerintah	-		-			-	-
3	Bantuan Pemerintah			9				
	Jumlah			M			40	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Metode untuk membudidayakan rumput laut jenis Sakul dalam bahasa daerah Desa Labuhan Kertasari (*Kappaphycus alvarezii*) adalah metode Lepas Dasar (*off-bottom method*) yakni sesuai dengan metodenya, metode ini dapat dilakukan pada dasar perairan yang terdiri dari pasir, sehingga mudah untuk menacapkan patok/pancang. Metode ini sulit dilakukan pada dasar periran yang berkarang. Kerangka dasar ditempatkan dekat dasar perairan dengan

menggunakan tali tunggal (tali utama). Metode patok dasar dilakukan dengan cara mengikat bibit rumput laut dengan menggunakan plastik es mambo yang telah diselipkan dalam uliran tali ris yang kemudian direntangkan dekat dasar perairan antar tali utama yang sudah diikatkan pada patok kayu/bambu. Jarak antara dasar perairan dengan bibit yang akan dibudidayakan berkisar antara 20-30 cm. Bibit yang akan ditanam berukuran 100 gram, dengan jarak tanam 20-25 cm. Metode ini merupakan satu satunya metode yang di gunakan seluruh pembudidaya rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari alasan rensponden menggunakan metode ini adalah karena metode ini yang digunakan oleh pendahulunya. Dinas terkait pernah mencoba menggunakan metode lain seperti metode rakit dan metode keranjang tapi pembudidaya lebih menyukai menggunakan metode patok dasar ini karena alat dan bahan mudah didapat bisa digunakan beberapa kali masa tanam sehingga relatif biaya yang dikeluarkan lebih murah dan bisa dikerjakan tanpa membutuhkan tenaga kerja banyak.

Tabel 4,9. Alat dan Bahan Dalam Unit Usaha Budidaya Rumput Laut

No		Uraian	Volume	Satuan	Biaya (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Ala	nt dan Bahan Utama:				
	a.	Patok Bambu panjang 100 cm *	125	Bh	2.500	312.500
	b.	Tali Utama/PE 10 mm*	30	Kg	65.000	1.950.000
	c.	Tali Ris/PE 4 mm*	3	Kg	65.000	325.000
	d.	Platik Es Mambo*	22	Pcs	18.000	396.000
	e.	Bibit*	700	Kgl	2.500	1.750.000
	f.	Gunting	1	Bh	15.000	15.000
	g.	Pisau	1	Bh	12.500	12.500
	h.	Palu Kayu	1	Bh	25.000	25.000
	i.	Terpal	1	Bh	400.000	400.000
	j.	Waring	1	Roll	500.000	500.000
	k.	Lampu Senter	1	Bh	25.000	25.000
	1.	Karung	10	Bh	3.500	35.000
			Jumlah			5.616.000
2	Sa	rana Penunjang				
	a.	Sampan	1	Unit	20.000.000	20.000.000
	b.	Mesin Ketinting	-1	Unit	3.500.000	3.500.000
	c.	Para-para	1	Unit	350.000	350.000
			Jumlah			23.850.000
			Total			29.466.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Keterangan: \* = Tiap Pembudidaya menggunakan ukuran dan volume yang berbeda

Dalam penerapan metode ini, terdapat alat dan bahan serta sarana penunjang yang digunakan (Tabel 4.9). Jumlah biaya alat dan bahan utama yang digunkan adalah Rp 5.616.000,- sedangkan jumlah biaya sarana penunjang adalah Rp. 23.850.000,- jumlah biaya ini merupkan jumlah biaya tertinggi yang dikeluarkan oleh pembudidaya rumput laut di wilayah Minapolitn Desa Labuhan Kertasari sehingga total biaya yang dikeluarkan oleh tiap unit usaha budidaya rumput laut adalah Rp. 29.466.000,-

Proses budidaya dilakukan selama 45 hari oleh pembudidaya di Desa Labuhan Kertasari. Diawali dengan persiapan lahan yaitu memasang patok- patok bambu saat air surut, setelah lahan sudah siap kemudian menyiapkan bibit dan diikat di masing-masing tali ris dengan menggunakan plastik bungkus es mambo yang sudah ditarik sehingga memanjang sebelumnya, tujuannya menggunakan plastik bungkus es mambo karena plastik ini termasuk awet dan bisa bertaham lama bisa di pakai beberapa kali dan sifatnya lentur sehingga tidak merusak bibit tanam. Setelah selesai penanaman kemudian dilakukan pemeliharaan dan pengawasan dengan cara memeriksa seluruh area budidaya dan membersihkan tanaman dari kotoran maupun sampah

Proses selanjutnya adalah pemanenan yang dilakukan selama 1-7 hari, tergantung pada jumlah produksi rumput laut basah. Setelah itu dilakukan penjemuran diatas para-para dengan menggunakan alas waring untuk memudahkan saat pengumpulan. Proses penjemuran dilakukan selam 2 hari tergantung pada intensitas matahari (cuaca pada waktu penjemuran).

Produksi rumput laut kering oleh pembudidaya di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari bervariasi tiap periode produksi. Periode produksi terakhir (Tabel. 4.10) menunjukan bahwa pembudidaya di Dusun Labuhan memiliki jumlah produksi terbanyak. Salah satu hasil produksi pembudidayanya mencapai 450 kg, sedangkan produksi terendah terdapat di Dusun Kertasari, dimana pembudidayanya hanya memperoleh 220 kg untuk satu kali periode produksi. Secara keseluruhan produksi rumput laut kering di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari dapat mencapai 220 kg hingga 450 kg atau rata-rata

1.304 kg tiap periode produksi. Produksi ini kemudian dijual atau diapasarkan oleh pembudidaya dalam bentuk rumput laut kering.

Tabel 4.10. Produksi Rumput Laut Kering di Wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari

		Produksi (Kg)					
No	Dusun	Minimum	Maksimum	Rata-rata			
1	Dusun Kertasari	220	390	304			
2	Dusun Pedak Baru	258	400	329			
3	Dusun Labuhan	250	450	350			
4	Dusun Bone Putih	250	390	320			
	Jumlah	928	1.630	1.304			

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

#### D. Saluran dan Lembaga Pemasaran

Produk rumput laut yang dijual atau dipasarkan oleh pembudidaya di Desa Labuhan Kertasari dapat dikelompokan sebagai hasil perikanan bahan mentah. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), sebagai bahan mentah akan dibeli oleh pabrik atau usaha pengolahan untuk diolah menjadi barang jadi. Dengan demikian produk rumput laut kering dari pembudidaya melewati suatu jalur (saluran pemasaran) hingga produk tersebut sampai pada pabrik atau usaha pengolah.

Saluran pemasaran produk rumput laut kering di Desa Labuhan Kertasari melibatkan produsen dan pedagang prantara sebagai lembaga pemasaran (Gambar 4.1). Produsen adalah pembudidaya rumput laut di Desa Labuhan Kertasari. Sedangkan pedagang prantara adalah pedagang pengumpul di wilayah administrasif Desa Labuhan Kertasari yang membeli rumput laut kering dari pembudidaya rumput laut untuk dijual kepada eksportir (PT. Anugrah Laut) di Surabaya yang sudah siap dan terbiasa membeli rumput laut kering dari pedagang pengepul.

Besarnya potensi rumput laut sangat perlu dikembangkan sebagai sumber pendapatan masyarakat pesisir. Tidak hanya penting bagi pendapatan dan perekonomian daerah, rumput laut juga menjadi sektor penghidupan masyarkat pesisir. Bagi masayarakt di Desa Labuhan Kertasari budidaya rumput laut menjadi sumber pendapatan utama selain dari menangkap ikan. Dari sisi kepastian, budidaya rumput laut lebih baik dibandingkan dari hasil tangkap ikan/melaut.

Namun demikian, usaha budidaya rumput laut oleh masayarkat masih menemui banyak kendala. Kondisi kehidupan masyarkat pesisir sangat rentan terhadap perubahan lingkungan, mengingat padatnya aktivitas di wilayah pesisir memberikan dampak baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kualitas lingkungan. Kondisi ini dengan sendirinya akan memengaruhi usaha baik di bidang perikanan tangkap maupun budi daya, termasuk rumput laut yang pada akhirnya juga berdampak pada ekonoomi masyarkat pesisir.

Persoalan lain yang muncul adalah hingga hari ini pembangunan sektor perikanan masih belum ada hubungan fungsional diantara tingkatan dan pelaku usaha. Pelaku pemasaran (sektor Hilir) cenderung mementingkan diri sendiri dan bersifat eksploitatif. Jjaringan pasar hanya diikat dan dikoordinasi oleh mekanisme pasar. Dalam Sarifudin Saleh, dkk (2014) terdapat tiga maslah utama pada posisi pasar yaitu (1) rendahnya diversifikasi komoditi baik bahan baku maupun bahan olahan; (2) rendahnya penguasaan terhadap pasar yang disebabkan oleh kurangnya intelegensi, strategi dan promosi pasar; (3) distorsi pasar yang menyebabkan tidak berjalannya mekanisme pasar dan mendongkrak ongkos produksi. Distorsi pasar juga mengakibatkan harga komoditi di bawah harga yang

semestinya (*under value*), margin produksi jauh lebih kecil dari margin pasar sehingga terjadi kecendrungan orang hanya berusaha di sektor perdagangan.

Pemahaman atas rantai nilai (value chain) menjadi salah satu aspek penting dimiliki semua pihak terutama pembudidaya rumput laut untuk menghadapi persoalan pasar, dalam sarifudin Saleh, dkk (2014) value chain merupakan semua kegiatan yang dilakukan dalam mengubah bahan baku menjadi produk yang dijual dan konsumsi. Ini mencakup pengertian bhawa ada nilai tambah pada setiap titik dalam rantai.

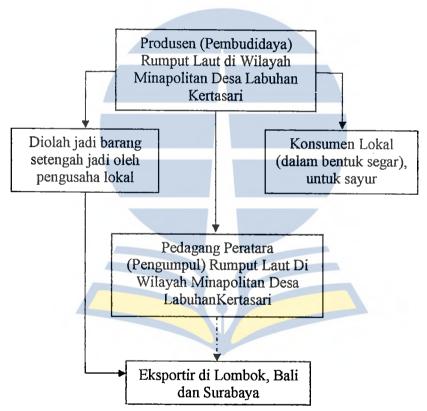
Pembudidaya rumput laut di desa Labuhan Kertasari selain menjual langsung rumput laut kering kepada pedagang pengepul ada juga beberapa pembudidaya rumput laut yang mengolah rumput laut menjadi makanan ringan seperti dodol rumput laut, kerupuk rumput laut tapi tidak di produksi rutin tergantung dari pesanan pemerintah setempat saat ada kegiatan pameran.

Pembudidaya rumput laut yang ada di desa Labuhan Kertasari tidak dapat menjual rumput laut kering kepada pedagang pengepul lain selain pengepul yang ada di Desa Labuhan Kertasari karena sudah terikat pinjaman modal kepada pedagang pengumpul yang ada di Desa Labuhan Kertasari begitu juga pedagang pengumpul dari daerah luar terutama pulau Lombok tidak bisa masuk karena tidak ada ikatan langsung dengan pembudidaya rumput laut yang ada di Desa Labuhan Kertasari ataupun karena persoalan lain dari pedagang pengumpul yang ada di Desa Labuhan Kertasari.

Beberapa pembudidaya rumput laut yang ada di Desa Labuhan Kertasari ada juga yang menjual hasil produksi rumput laut dalam bentuk segar kepada pedagang yang berada di wilayah Kecamatan Taliwang sebagai bahan makanan

berupa urap rumput laut dan bahan minum segar dengan jumlah yang sangat sedikit tergantung dari kebutuhan pembeli yaitu berkisar 5-10 kg yang tidak di lakukan setiap hari

Di Desa Labuhan Kertasari pemerintah telah membangun pabrik pengolahan hasil budidaya rumput laut menjadi barang setengah jadi yaitu tepung rumput laut atau biasa disebut keraginan, sebagai bahan baku industri produk farmasi dan lain sebagainya namun hal ini belum bisa beropersi maksimal disebabkan dukungan air bersih yang belum memadai.



Gambar 4.3. Saluran dan Lembaga Pemasaran Produk Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari

Terdapat tiga pedagang pengumpul yang melakukan pembelian rumput laut kering dari produsen. Menurut Widodo dan Syukri (2005), pedagang pengumpul adalah pedagang perantara yang memiliki barang dagangan, aktif membeli dan

mengumpulkan barang dari produsen di daerah produksi dan menjualnya kepada pedagang perantara berikutnya dan jarang menjual kepada konsumen akhir. Ketiga pedagang pengumpul yang ada wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari selanjutnya rumput laut kering dipasarkan melalui pingiriman transportasi darat menggunakan truk puso ke konsumen industri (usaha pengolah rumput laut atau pabrik) di Surabaya.

Produk rumput laut kering dari pedagang pengumpul di wilayah Minpolitan Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat yang dipasarkan ke pedagang perantara di Lombok, Bali dan Surabaya kemudian di ekspor ke konsumen industri (pengolahan atau pabrik di luar negeri). Pedagang perantara di Lombok, Bali dan Surabaya ini disebut sebagai eksportir. Menurut Widodo dan Syukri (2005), eksportir adalah penjual yang bersekala internasional.

Melalui lembaga pemasaran tersebut, maka terdapat satu saluran dalam pemasaran produk rumput laut kering di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari. Saluran pemasaran yang hanya melibatkan satu pedagang perantara dapat digolongkan sebagai saluran pemasaran yang pendek. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), panjang pendeknya saluran pemasaran hasil perikanan tergantung atas empat faktor. Namun dalam kasusus pemasaran rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari hanya tiga faktor yang mempengaruhi pendeknya saluran pemasaran produk rumput laut kering, yakni :

# 1. Cepat tidaknya produk rusak

Rumput laut kering yang dipasarkan adalah produk bahan mentah, dengan demikian produk ini tergolong produk perikanan yang mudah rusak dan

mengalami penurunan mutu. Karena faktor ini rumput laut kering yang diperoleh dari produsen baiknya berada di tempat konsumen industri (pengolah/pabrik) eksportir dalam waktu singkat.

### 2. Skala produsen

Jumlah hasil panen atau jumlah produk rumput laut kering yang dipasarkan oleh produsen di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari tergolong besar, mencapai 2000 kg atau 2 ton sekali pengiriman, pengiriman oleh pedagang pengumpul bisa sampai 2 (dua) kali pengiriman per bulan dengan kondisi rumput laut yang bagus. Skala produksi tersebut memperpendek saluran pemasaran, jika tingkat pemasaran panjang maka menyulitkan pedagang dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara fisik (pengangkutan dan penyimpanan).

## 3. Posisi keuangan pedagang perantara

Skala produksi mencapai 2 ton dan harga produk rumput laut kering Rp.7500,-/kg membutuhkan modal yang cukup besar untuk menjalankan fungsi pembelian oleh pedagang perantara. Sehingga pedagang perantara dapat dikatakan memiliki modal yang kuat dan cenderung akan memperpendek saluran pemasaran.

Salah satu faktor yang tidak mempengaruhi pendeknya saluran pemasaran produk rumput laut kering di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah jarak antara produsen dan kosumen. Menurut Hanfiah dan Saefuddin (1986), makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk. Namun jarak yang jauh antara produsen rumput laut kering di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kecamatan Taliwang

Kabupten Sumbawa Barat dengan konsumen industri atau eksportir di Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur tidak memperpanjang saluran pemasaran produk rumput laut tersebut. Salah satu penyebabnya adalah sisitem pemasaran rumput laut dari wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari dapat digolongkan dalam sistem pemasaran interinsuler (sistem pemasaran antar pulau) yang memerlukan lama waktu dan besarnya biaya transportasi laut. Menurut Sasnono (2006), realisasi pedagang antar pulau atau interinsuler, angkutannya dilayani oleh kapal menjadi penghubung dari pulau ke pulau yang lain guna menjamin kelancaran arus penumpang dan barang dan tersediannya stok barang yang memadai di suatu wilayah/pulau tertentu.

### E. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran yang dianalisis pada lembaga pemasaran (produsen dan pedagang pengumpul di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari meliputi fungsi (1) pertukaran (terdiri atas dua fungsi, yakni penjualan dan pembelian), (2) fungsi pengadaan secara fisik (terdiri atas dua fungsi, yakni pengangkutan dan penyimpanan), dan (3) fungsi pelancar (terdiri atas empat fungsi, yakni modal, penanggung resiko, standarisasi dan grading, informasi pasar). Fungsi-fungsi ini di analisis secara deskriptif kualitatif, melalui penilaian atas pelaksanaan fungsi tersebut langsung di tingkat produsen dan pedagang pengumpul. Kategori atas penilaian tersebut adalah "sulit" yang disimbolkan sebagai 1, dan "tidak sulit" yang disimbolkan sebagai 0 (tabel 4.11).

Tabel. 4.11. Penilaian Fungsi Pemasaran pada Lembaga Pemasaran di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.

No	Fungsi Pemasaran	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Fedagang Pengumpul
	Pertukaran:					
1	a. Penjual	0	0	0	0	0
	b. Pembelian	X	X	X	X	0
2	Pengadaan secara fisik: a. Pengangkutan b. Penyimpanan	0 X	0 X	0 X	0 X	0 X
	Pelancar:					
	a. Modal	1	I	I	1	1
3	b. Penanggung resiko	1	1	1	1	1
	c. Standarisasi dan grading	0	0	0	0	1
	d. Infopasar	1	I	1	1	0

Sumber: Data Primer, 2016

Keterangan: 1 = Sulit, 0 = Tidak Sulit, dan X = Tidak melakukan fungsi tersebut

Tabel. 4.11 Menunjukan bahwa, produsen menjalakan lima fungsi pemasaran dan pedagang pengumpul menjalankan keseluruhan fungsi pemasaran. Penilaian atas fungsi-fungsi pemasaran tersebut adalah:

#### 1. Produsen

- a. Produsen tidak menjalankan fungsi pembelian dikarenakan produsen merupakan penghasil komoditi rumput laut.
- b. Fungsi pemasaran yang tidak sulit dilakukan oleh seluruh produsen adalah penjualan dan pengangkutan. Penjualan produk rumput laut kering oleh produsen diawali dengan komunikasi dengan pedagang pengumpul untuk menentukan harga, jumlah/volume dan waktu penjualan. Berdasarkan hasil komunikasi tersebut produsen kemudian mendatangi dan menjual produk rumput laut kering ke pedagang pengumpul. Proses pengangkutan produk rumput laut kering dari masing-masing produsen ke pedagang pengumpul tidak sulit dikarena jarak antar rumah pedagang pengumpul dengan produsen dekat dan dukung dengan sarana dan alat transportasi tersedia

dengan baik. Biaya yang di keluarkan oleh pedagang pengumpul berkisar Rp. 5000,- hingga Rp. 20.000,-. Apabila belum ada kesepakatan antara produsen dan pedagang pengumpul untuk menjual rumput laut kering maka produk rumput laut kering disimpan oleh produsen hingga ada kebutuhan yang mendesak atau kesesuaian harga jual tapi hal ini jarang terjadi karena produsen terkadang sudah terikat dengan pedagang pemngumpul dengan mengambil modal/biaya saat pembudidayaan rumput laut.

- c. Fungsi pemasaran yang sulit dilakukan oleh produsen di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari modal dan penanggung resiko. Secara keseluruhan produsen mengalami kesulitan modal atau pembiayaan usaha, sehingga biaya yang khusus dikeluarkan untuk memasarkan produk rumput laut kering juga sulit diperoleh. Terdapat sebagian responden yang melakukan peminjaman modal usaha. Penaggung resiko terkait dengan ketidak pastian harga dan kerugian karena kerusakan produk rumput laut kering. Saat ini harga produk rumput laut kering di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Rp. 7.000,-/kg mengalami penurunan dari harga beberapa tahun sebelumnya. Ketidak pastian harga rumput laut ini belum mampu dihadapi oleh produsen. Selain itu pada saat proses penjualan, terdapat sebagian rumput laut yang tidak sesuai dengan kwalitas yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul, sehingga terjadi pemotongan harga.
- d. Fungsi pemasaran yang sulit dilakukan oleh produsen pada wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari sulit dilakukan karena ketersediaan penyimpanan yang tidak ada serta fungsi standarisasi dan grading. Sesuai dengan jawaban dari responden tidak pernah menyimpan rumput laut karena

sering mengalai kerusakan dan mereka menentukan standar mutu (kwalitas) produk rumput laut yang sudah kering dengan cara kering karet (jika digenggam/kepal rumput laut melar kembali)

e. Fungsi pemasaran yang sulit dilakukan oleh produsen pada wilayah

Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah tingginya ketergantungan

tentang informasi pasar pada pedagang pengumpul

#### 2. Pedagang pengumpul

a. Fungsi pemasaran yang tidak sulit dijalankan oleh pedagang pengumpul adalah penjualan, pembelian, penyimpanan, modal/pembiayaan pemasaran, dan informasi pasar. Proses komunikasi melalui telepon dengan produsen ataupun dengan kosumen industri serta eksportir untuk memulai proses pembelian ataupun penjualan memudahkan pedagang pengumpul melakukan fungsi ini. Dengan komunikasi tersebut juga pedagang pengumpul memperoleh informasi terkait dengan pemasaran produk rumput laut kering dari konsumen industri ataupun dari eksportir. Kemudian ketersediaan tempat penyimpanan yang mampu menampung hasil pembelian rumput laut kering dari produsen di tiap pedagang pengumpul membuat pelaksanaan fungsi penyimpanan mudah dilakukan oleh pedagang pengumpul. Disisi lain diketahui bahwa pedagang pengumpul tidak hanya menjalankan usaha pembelian rumput laut kering dari produsen, namun terdapat usaha lain yang telah dilakukan sebelumnya oleh pedagang pengumpul secara langsung kepada produsen rumput laut terkait dengan pemberian modal usaha kepada produsen rumput laut untuk mengendalikan fungsi pembiayaan pemasaran di tingkat produsen rumput laut.

b. Fungsi yang sulit dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah pengangkutan, penanggung resiko, serta standarisasi dan grading. Secara geografis, sisitem pemasaran interinsuler yang melibatkan dua atau tiga provinsi ini menyulitkan pedagang pengumpul di kawasan Minapolitan Desa Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat untuk melakukan pengangkutan produk rumput laut kering ke Surabaya. Pengangkutan harus dilakukan melalui sarana dan alat transportasi laut yang memerlukan lama waktu (resiko kemuduran mutu rumput laut) dan biaya yang besar. Kemudian besarnya jumlah/volume produk rumput laut kering yang dipasarkan di tingkat pedagang pengumpul menyulitkannya melakukan fungsi standarisasi dan grading secara baik (menyeluruh) terhadap seluruh jumlah/volume produksi tersebut.

#### F. Margin, Keuntungan, dan Efesiensi Pemasaran

Salah satu permasalahan penting yang dihadapi oleh produsen pembudidaya di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah tidak stabilnya harga rumput laut, dan cendrung harga rumput laut mengalami penurunan. Saat ini harga rumput laut di tingkat produsen pada wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah Rp. 7.000,- (Tabel 4.12). Lemahnya kedudukan produsen dalam menjalankan fungsi penjualan (ketergantungan produsen kepada pedagang pengumpul) menyebabkan dominasi pedagang pengumpul dalam penentuan harga rumput laut di tingkat produsen.

Ditingkat pedagang pengumpul, harga rumput laut adalah Rp. 8.500,(Tabel 4.12). Harga di tingkat pedagang pengumpul ini merupakan harga yang diterima oleh konsumen industri di Surabaya.

Tabel 4.12. Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di wilayah Minaolitan Desa Labuhan Kertasari

		Desa Labuhan Kertasari				
Uraian	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Rataan	
Harga di tingkat Produsen (Rp/Kg)	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	
Harga di tingkat Pedagang Pengumpul atau Harga yang diterima Konsumen Akhir/eksportir (Rp/Kg)	8.500	8.500	8.500	8.500	8.500	
Margin Pemasaran (Rp/Kg)	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	
Biaya Pemasaran di tingkat Produsen (Rp/Kg)	4.413	4.566	4.157	4.449	4.396	
Biaya Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengumpul (Rp/Kg)	508	485		509	501	
Keuntungan Pemasaran di Tingkat Produsen (Rp/Kg)	2.592	2.434	2.843	2.551	2.605	
Keuntungan Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengumpul (Rp/Kg)	992	1.015		991	999	
Efesiensi Pemasaran Tingkat Produsen (Menurut Biaya dan Harga)	0,630	0,652	0,594	0,636	0,628	
Efesiensi Pemasaran Tingkat Pedagang Pengumpul (Menurut Biaya dan Harga)	0,060	0,057	- /	0,060	0,059	

Sumber: Data Primer, 2016

Perbedaan atau selisih antara harga rumput laut pada tingkat konsumen dan tingkat produsen menggambarkan besarnya margin pemasaran. Tabel 4.12 menunjukan bahwa, rata-rata margin pemasaran rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah Rp. 1.500,-/kg. Merupakan nilai margin pemasaran tertinggi karena pedagang pengepul langsung menjual rumput laut kering langsung ke konsumen industri.

Tabel 4.13. Biaya Pemasaran di Tingkat Produsen

	Jenis Biaya	Biaya Pemasaran (Rp)					
No		Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Rata- rata	Persentase (%)
1	Karung	3.109	3.340	3.018	3.154	3.155	3,44
2	Tenaga Kerja	15.510	17.742	13.952	13.865	61.069	66.56
3	Transportasi	25.500	19.166	28.500	33.125	26.573	28,96
4	Komunikasi	955	875	850	1.119	950	1,04
	Jumlah	680.155	733.141	698.250	746.144	91.747	100.00
Produksi (kg)		310	281	321	399		
Biaya Pemasaran (Rp/Kg)		2.194	2.609	2.175	1.870		

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Harga yang ditentukan dan disepakati oleh produsen dan pedagang pengumpul salah satunya ditentukan oleh biaya pemasaran. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen adalah Rp 4.396/kg atau Rp. 91.747,-tiap aktivitas pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen adalah biaya karung (ukuran 100 kg), biaya tenaga kerja, biaya transportasi, dan biaya komunikasi. Tabel 4.13 menunjukan bahwa pengeluaran biaya terbesar yang dikeluarkan oleh produsen adalah biaya tenaga kerja sebesar 66,564% dari total biaya pemasaran

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul terdiri atas biaya karung, upah tenaga kerja (pengisian rumput laut dalam karung), biaya buruh, biaya transportasi, biaya surat karantina. Rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan tiap aktivitas pemasaran adalah Rp. 10.892.000,- atau Rp. 545,-/kg, dan jenis biaya tertinggi yang dikeluarkan adalah biaya truk puso Rp. 7.500.000,- atau 68,86% dari total biaya pemasaran.

Selisih antara margin pemasaran dan biaya pemasaran ditingkat produsen dan pedagang pengumpul. Tabel 4.12 menunjukan bahwa, keuntungan yang diterima oleh produsen adalah Rp. 2.605,-/kg, artinya dalam tiap kilogram penjualan rumput laut yang dikeluarkan maka produsen akan menerima

keuntungan sebesar Rp. 2.605,-/kg. Produsen di Dusun Labuhan mengalami keuntungan tetinggi sebesar Rp. 2.843,-/kg dan terendah oleh produsen rumput laut di Dusun Pendak Baru sebesar Rp. 2.434,-/kg. Sedangkan rata-rata keuntungan pedagang pengumpul yang melakukakan aktivitas jual beli rumput laut kering di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah Rp. 999,-/kg. Keutungan tertinggi diperoleh pedagang pengumpul yang melaukan aktivitas jual beli rumput laut kering di Dusun Pendak Baru sebesar Rp. 1.015,-/kg dan keuntungan terendah diperoleh pedagang pengumpul yang melakukan aktivitas jual beli rumput laut kering di Dusun Bone Putih sebesar Rp. 991,-/kg.

Perbandingan antara harga yang ditingkat produsen dan harga yang diterima oleh konsumen industri atau eksportir, serta perbandingan antara biaya pemasaran dan harga menunjukan efesiensi pemasaran rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari. Tabel 4.12. menunjukan bahwa, nilai efesiensi antara biaya pemasaran dan harga rumput laut di tingkat produsen dan pedagang pengumpul kurang dari 1 (< 1), artinya terjadi efesiensi pemasaran rumput laut kering pada wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari. Rata-rata efesiensi pemasaran di tingkat pedagang produsen adalah 0, 628 %, sedangkan rata-rata efesiensi pemasaran di tingkat pedagang pengumpul adalah 0,059%. Produsen di Dusun Bone Putih yang melakukan aktifitas budidaya rumput laut di Wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari memiliki efesien pemasaran yang lebih tinggi dan Produsen di Dusun Labuhan yang melakukan aktifitas budidaya rumput laut di Wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari memiliki efesien pemasaran yang lebih rendah sedangkan pedagang pengumpul yang melakukan aktifits jual-beli rumput laut kering di wilayah Minapolitan Desa

Labuhan Kertasari pedagang pengumpul Dusun Kiantar dan Dusun Bone memiliki efesien pemasaran yang lebih tinggi di banding dengan pedagang pengumpul di Dusun Pendak Baru.

# G. Tranmisi Harga dan Integritas Pasar

Model pemasaran analisis regresi antara harga tingkat produsen (Pf) dan harga di tingkat konsumen industri atau eksportir (Pr) dalam pemasaran rumput laut pada empat dusun yang ada di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah Pf = 4.870 + 0, 401 (Pr). Hasil analisis regresi pada Tabel 4.14 dan Lampiran 4 menunjukan bahwa pengaruh antara harga di tingkat konsumen industri atau eksportir terhadap harga di tingkat produsen dapat diperediksi dengan baik oleh regresi tersebut, dikarenakan niali Fhitung sebesar 23,353 memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 atau signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Artinya perubahan harga rumput laut di tingkat konsumen industri atau eksportir berpengaruh sangat nyata terhadap harga di tingkat konsumen industri atau eksportir berpengaruh sangat nyata terhadap harga di tingkat produsen, dan besar pengaruh perubahan adalah 29,1% (dari nilai R²). Pengaruh perubahan ini positif, naiknya harga ditingkat konsumen industri atau eksportir maka harga ditingkat produsen juga akan naik.

Tabel. 4.14. Hasil Analisis Regresi Harga Rumput Laut

No.	Parameter Regresi	Nilai	Tingkat Signifikan
1.	A	4.870	0,000
2.	В	0,401	0,000
3.	Fhitung	23,353	0,000
4.	R	0.512	
5.	R <sup>2</sup>	0.203	

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Nilai koefisien regresi (slope) sebesar 0,401 menunjukan nilai transmisi harga. Nilai ini kurang dari 1 ( $\beta$  < 1), artinya perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil dari perubahan harga di tingkat konsumen industri atau eksportir. Dimana kenaikan harga sebesar Rp. 1,- ditingkat konsumen industri atau eksportir diikuti dengan kenaikan sebesar Rp 0,4,- ditingkat produsen. Hasil analisis elastisitas transmisi harga juga menunjukan bahwa nilai elastisitas adalah sebesar 0,512, nilai ini kurang dari 1 ( $\eta$  < 1) sehingga elastisitas harga rumput bersifat inelastis. Menurut Limatik (2008), kecilnya nilai elastisitas harga disebabkan langkanya informasi harga. Sulitnya produsen (di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari) menjalankan fungsi pelancar untuk memperoleh informasi pasar tentang harga di tingkat konsumen industri atau eksportir membuat produsen kesulitan menetapkan harga jual rumput laut ke pedagang pengumpul. Informasi harga yang diterima oleh produsen hanya di tingkat pedagang pengumpul.

Nilai koefesien regresi (*slope*) yang diperoleh juga menunjukan bahwa struktur pemasaran rumput laut dari empat dusun wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah tidak terintegrasi sempurna, dikarenkan nilai  $\beta$  kurang dari satu ( $\beta$  < 1). Menurut Lilimatik (2008), hal ini disebabkan oleh jarak antara dua pasar relatif jauh, sehingga biaya transportasi relatif tinggi dan struktur pasar menyimpang dari persaingan sempurna ini dikarenakan adanya praktek oligopsoni.

Tingkat biaya transportasi, baik ditingkat produsen ataupun ditingkat pedagang pengumpul memang terjadi dalam pemasaran rumput laut pada wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari. Pemasaran interinsuler antara pedagang

pengumpul dan konsumen industri atau eksportir menunjukan jarak dan tingginya biaya transportasi atau biaya pengiriman rumput laut dengan alat transportasi laut.

Ketidaksempurnaan pasar karena adanya praktek oligopsoni ditandai dengan pihak pembeli barang atau jasa dalam jumlah sedikit, misalnya tiga atau empat (Widodo dan Syukuri, 2005). Pedagang pengumpul yang terlibat dalam pemasaran rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari berjumlah 3 orang. Jika dibandingkan dengan jumlah produsen sebanyak 40 orang di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari maka rata-rata 13 produsen menjual rumput laut kering kepada 1 orang pedagang pengumpul, dengan demikian hasil penjualan pada tingkat pedagang pengumpul akan terkonsentrasi dan mengarah pada pasar oligopsoni. Menurut Lilimatik (2008), pedagang pengumpul lebih bersifat oligopolis dengan cara menguasai pasar dan harga, terutama karena produsen sangat bergantung kepada pedagang pengumpul dengan menjalin kerjasama yang erat terkadang jika produsen (pembudidaya) mengalami kesulitan modal usaha maka pembudidaya akan meminjam modal pada pedagang pengumpul dan pembudidaya punya keterikatan umtuk menjual hasil produksi pada pedagang pengumpul tesebut.

Dengan demikian kecilnya transmisi harga dan tidak trerintegrasinya pasar memberi arti bahwa proses transmisi harga bersifat asimetri dimana penurunan harga di tingkat konsumen industri atau eksportir diteruskan kepada produsen secara cepat dan sempurna, sebaliknya kenaikan harga diteruskan secara lambat dan tidak sempurna. Konsekuensinya adalah petani seringkali mengalami tekanan harga dan ketidak seimbangan pendapatan produsen relatif tinggi akibat fluktuasi harga yang tinggi (Suharyanto, 2005).

# H. Strategi Pemasaran Rumput Laut Kering di Wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari

Strategi pemasaran rumput laut oleh usaha budidaya pada kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari dirumuskan melalui analisis SWOT dengan pencermatan faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Faktor Internal

Faktor ini mencakup kekuatan dan kelemahan yang ada dalam sistem pemasaran rumput laut pada empat dusun di kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari. Kekuatan yang dimiliki adalah:

a. Letak geografis yang sangat baik untuk budidaya rumput laut

Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari dengan kontur pantai yang

landai dengan kondisi arus laut yang tetap terjaga (Gerry Abrlan, 2016)

b. Lokasi Budidaya sangat Luas

Ketersediaan lokasi budidaya rumput laut di wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari masih sangat luas. Luas areal budidaya rumput laut yang tersedia ebesar 1.550 ha dengan tingkat pemanfaatan sebesar 536 ha atau sekitar 34.58% (BPS, 2013)

c. Ketersediaan Bibit Unggul di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.

Pemerintah Daerah Kabupaten Sumbawa Barat dalam hal ini Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan selalu memberikan pendampingan kepada pembudidaya rumput laut dengan membentuk kebun bibit rumput laut di wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari

# d. Keterampilan pembudidaya cukup baik

Upaya pengembangan budidaya rumput laut di wilayah minapolitan Desa Labuhan Kertasari dihadapkan pada masalah rendahnya tingkat pendidikan pelaku/pembudidaya rumput laut yang rata-rata 27,21% adalah tamatan sekolah dasar (SD). Mengatasi masalah ini tentunya tidak dengan peningkatan pendidikan, melainkan melalui peningkatan keterampilan serta wawasan terhadap kegiatan budidaya rumput laut yang dijalankan. Hal ini telah terbukti dengan bertahannya pembudidaya yang sekian tahun menjadi pembudidaya rumput laut dan meningkatnya hasil produksi dan kwalitas tidak lepas dari peran pemerintah daerah maupun pusat yang melakukan pelatihan dan bimbingan langsung

# e. Kualitas produk tinggi (Kualitas Eksport)

Dengan produk kualitas rumput laut Desa Labuhan Kertasari sangat baik sehingga berapapun hasil produksi pembudidaya selalu terserap oleh pasaran.

#### f. Tenaga kerja cukup teredia

Dengan rendahnya pendidikan penduduk Desa Labuhan Kertasari, tenaga kerja yang tersedia untuk usaha budidaya rumput laut di Desa Labuhan Kertasari cukup besar dengan jumlah penduduk 2024 orang, sarjana 8 orang dan sarjana muda 10 orang dan usia sekolah 164 orang (profile Desa Labuhan Kertasari, 2015) dengan demikian tenaga kerja di Desa Labuhan Kertasari untuk usaha budidaya rumput laut cukup besar karena pendidkan yang rendah penduduk kertasari tidak terserap sebagai tenaga kerja yang membutuhkan keterampilan dan pendidikan tinggi.

Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah:

 a. Posisi tawar nelayan rendah (kekurangan pengetahuan informaasi harga yang pantas).

Kekurangan informasi produsen (pembudidaya) rumput laut di Desa Labuhan Kertasari sangat rendah sehingga produsen tidak pernah mengajukan tawaran harga kepada pedagang pengumpul. Hal ini juga terjadi karena produsen sangat bergantung kepada pedagang pengumpul dengan menjalin kerjasama yang erat terkadang jika produsen (pembudidaya) mengalami kesulitan modal usaha maka pembudidaya akan meminjam modal pada pedagang pengumpul dan pembudidaya punya keterikatan umtuk menjual hasil produksi pada pedagang pengumpul tesebut. Dalam penentuan harga, pada umumnya pelaku utama dalam usaha perikanan misalnya pembudidaya rumput laut maupun pengelola hasil perikanan berada pada posisi yang lemah karena kondisi pasar dimana harga ditentukan secara searah akibat informasi akan harga berasal dari pedagang pengumpul di tingkat desa.

b. Pembudidaya rumput laut belum mampu mengolah menjadi barang setengah jadi/jadi.

Permasalahan yang muncul karena pembudidaya kurang mampu menstransper invovasi secara tepat guna kepada usaha kecil karena seringkali dihadapkan pada permasalahan biaya, antipati, pasrah dan cepat berpuas diri yang berimbas pada terpuruknya usaha (Edy Wahyudi, 2010).

c. Tingkat Pendidikan Masyarakat masih rendah

Tingkat pendidikan diartikan sebagai tingkat pengetahuan pembudidaya terkait kegiatan usaha budidaya rumput laut dan pemasaran hasil produksi di mana pembudidaya maupun pedagang pengumpul tidak pernah mendapat pengetahuan secara khusus dan hanya mencontoh tehnik pembudidaya dan pedagang pengumpul yang sudah ada, jadi tingkat pendidikan yang masih rendah berpengaruh terhadap hasil produksi. Hal ini sejalan dengan pendapat Soekartawati (2008) bahwa tingkat pendidikan seseoranag ternyata berkontribusi terhadap sikap dan tingkat adopsi informasi.

Modal merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting. Modal dalam suatu usaha berfungsi untuk meningkatkan kapasitas dalam mengadopsi tehnologi. Pada era teknologi, para nelayan perlu modal untuk membeli alatalat atau sarana budidaya yang semakin modern. Pendapatan suatu usaha tergantung dari modal yang dimiliki jika modal besar meka basil produksi

d. Fasilitas dan Modal usaha belum memadai dan tergolong tradisonal.

tergantung dari modal yang dimiliki, jika modal besar maka hasil produksi tinggi sehingga pendapatan yang diharapkan juga tinggi. Begitu pula sebaliknya, jika modal kecil maka hasil produksi rendah sehingga pendapatan

yang diperoleh rendah (Suwarjono, 2005)

e. Belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha di tingkat pembudidaya Rendahnya pendapatan petani rumput laut sehingga sulit untuk memiliki tabungan untuk modal usaha budidaya hal ini menyebabkannya sulit terlepas dari pemberi pinjaman modal usaha (tengkulak), menurut Retno dan Santiasih (1993) jika dibandingkan dengan kelompok masyarakat lain di sektor pertanian, nelayan (terutama buruh nelayan dan nelayan tradisional) dapat digolongkan sebagai lapisan sosial yang paling miskin, walaupun tidak dapat dikatakan semua nelayan itu miskin, hal ini penyebab sulitnya pengelolaan

keuangan usaha di tingkat pembudidaya rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.

Berdasarkan hasil analisis *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) pada Tabel 4.15, terlihat bahwa faktor kekuatan (*Strenghts*) mempunyai nilai sebesar 1,7 dengan kelemahan (*Weakness*) mempunyai nilai sebesar 1,4. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari memiliki kekuatan yang lebih besar yaitu 54,8 persen dibandingkan dengan kelemahan sebesar 45,16 persen sehingga masih memiliki potensi untuk pengembangan Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari.

Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai skor faktor lingkungan internal dalam strategi Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari, yaitu faktor kekuatan (strenght) dikurangi dengan faktor kelemahan (weakness) diperoleh nilai X sebagai sumbu horizontal = 1,7 - 1,4 = 0,30. Dengan demikian, nilai sumbu X dalam diagram SWOT adalah sebesar 0,30.

Tabel 4.15. Matriks Faktor Strategi Internal

	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kek	untan (Strenghts)			
	Letak geografis yang sangat baik untuk budidaya			
1	rumput laut	0.20	4	0.80
2	Lokasi budidaya sangat luas	0.20	4	0.80
3	Ketersediaan bibit varietas unggul ada	0.05	1	0.05
4	Keterampilan pembudidaya cukup baik	0.05	1	0.05
5	Kualitas produk tinggi (Kualitas ekspor)	-	1	-
6	Tenaga kerja cukup tersedia		_ 1	-
	Sub Total	0.50	12.00	1,7
Kel	emahan (Weakness)			
1 2	Posisi tawar nelayan rendah (kurangnya pengetahuan Informasi harga yang pantas) Pembudidaya rumput laut belum mampu mengolah	0.20	4	0.80
_	menjadi barang setengah jadi/jadi	0.15	3	0.45
3	Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah	0.05	1	0.05
4	Fasilitas dan modal usaha belum memadai dan tergolong tradisional	0.05	1	0.05
5	Belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha di tingkat pembudidaya	0.05		0.05
	Sub Total	0.03	10.00	0.05
	Total	1.00	22	3.1

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

#### 2. Faktor eksternal

Faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang mempengaruhi sistem pemasaran rumput laut pada empat dusun di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari. Peluang yang dimiliki adalah:

#### a. Sebagai sumber Mata Pencaharian Masyarakat

Usaha budidaya rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari merupakan mata pencaharian seluruh penduduk Desa Labuhan Kertasari hal ini sudah ditekuni sejak dari pendahulunya

#### b. Pemasaran hasil cukup tinggi karena skala ekspor

Untuk pasar ekspor, produksi komoditi rumput laut Indonesia (3,082 juta ton/tahu) belum mampu memenuhi permintaan pasar dunia yang mencapai 10 juta ton/tahun. Dengan demikian peningkatan produksi hingga aktivitas

pemasaran komoditi rumput laut memiliki peluang pengembangan yang besar. Selain itu pembangunan pabrik pengolahan rumput laut di wilayah Minapolitan menjadi bahan baku setengah jadi akan menjadi pelung yang besar untuk meningkatkan harga jual rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari Kabupaten Sumbawa Barat Nusa Tenggara Barat.

# c. Menyerap Banyak Tenaga Kerja

Usaha rumput budidaya rumput laut merupan usaha yang jangka pendek dengan umur panen (produksi) 45 hari hal ini memungkinkan pembudidaya bisa produksi 6 kali dalam satu tahun dengan kegiatan yang rutin tanam dan panen dalam waktu yang tidak telalu lama sehingga aktiftas pembudidaya cukup padat hal ini membutuhkan tenaga kerja yang banyak

## d. Adanya Sarana dan Prasarana Budidaya yang mendukung

Dinas Kelautan, Perikanan dan Peternakan Kabupaten Sumbawa Barat selalu memberikan pelatihan dan bimbingan kepada para pembudidaya rumput laut di Desa Labuhan Kertasari begitu juga dengan pemerintah pusat memberikan dukungan yang besar terhadap perkembangan rumput laut di Desa Labuhan Kertasari dengan memberikan sarana dan prarana baik berupa pembangunan pabrik pengolahan rumput laut yang berada di Desa Labuhan Kertasari (Nh, 2015)

#### e Adanya pembinaan dari petugas/penyuluhan/bimtek.

Peran Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Kelautan, Perikanan dan Peternakan memberikan dukungan yang sangat tinggi kepada kegiatan budidaya rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari dengan

memberikan bimbingan dan penyuluhan yang intensif dan kegiatan lainnya seperti kegiatan studi banding keluar daerah.

Sedangkan ancaman yang dimilliki adalah:

#### a. Perubahan Iklim

Dengan tingginya intensitas perubahan iklim di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari memberikan pengaruh terhadap produksi rumput laut. Hal ini juga akan mempengaruhi terhadap kualitas sehingga saat iklim tidak bagus maka hasil produksi pembudidaya berkurang dan harga biasanya juga ikut turun.

# b. Belum adanya penentapan harga yang pasti

Perubahan harga komoditi rumput laut kering di pasar harga rumput laut di pasar selalu berpluktuasi, naik turunnya harga dapat terjadi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Pada saat musim produk melimpah harga rendah, sebaliknya pada saat tidak musim harga meningkat drastis. Keadaan tersebut menyebabkan petani sulit dalam melakukan perencanaan produksi, begitu juga dengan pedagang sulit dalam memperkirakan permintaan. Hasil survei pada empat dusun di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari menunjukan bahwa harga rumput laut sehingga Nopember 2016 mengalami penurunan harga hingga Rp. 7000,-/kg karena pada tahun 2004 harga rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari pernah mencapai Rp. 14.000,-

#### c. Pencemaran lingkungan dari darat

Pencemaran perairan oleh sampah dari aktivitas masyarakat meresahkan pembudidaya rumput laut. Hal ini dapat mengganggu jumlah produksi rumput laut basah yang diperoleh dikarenakan lambatnya pertumbuhan rumput laut

karena terkena penyakit. Selain pencemaran oleh sampah, hal yang sangat mengkhawatirkan para pembudidaya rumput laut di Desa Labuhan Kertasari saat ini adalah adanya ancaman pencemaran yang bersumber dari aktifitas tambak udang di Kecamatan Poto Tano. Meskipun jaraknya cukup jauh, namun tetap saja keberadaan tambak udang tersebut berpotensi untuk mencemari perairan laut yang ada di Desa Labuhan Kertasari.

- d. Hama, penyakit, dan virus
  - Hama, penyakit dan virus yang menyerang tumbuhan rumput laut sering terjadi saat musim penghujan hal ini membuat rumput laut kerdil dan dan tidak bisa dipanen
- e. Minat generasi muda semakin menurun menjadi pembudidaya rumput laut

  Umur seseorang pada umumnya dapat mempengaruhi aktivitas dalam

  mengelola usaha rumput laut, dalam hal ini mempengaruhi kondisi fisik dan

  kemampuan berpikir. Makin muda umur pembudidaya cenderung memiliki

  fisik yang kuat dan dinamis dalam mengelola usahanya, sehingga mampu

  bekerja lebih kuat dan produktif sesuai dengan pendapat Daniel (2004) yang

  mengemukakan bahwa faktor umur merupakan salah satu faktor yang dapat

  mempengaruhi produktivitas kerja seseorang. Dalam klasifikasi umur dikenal

  adanya umur produktif dan umur non-produktif, dimana sesorang yang berada

  pada umur produktif akan memberikan produkvitas yang lebih tinggi dari pada

  mereka yang berada di luar umur produktif.

Hasil Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) adalah sebagai berikut:
Berdasarkan hasil analisis Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS) pada
Tabel 4.16 terlihat bahwa faktor peluang (Opportunities) mempunyai nilai sebesar

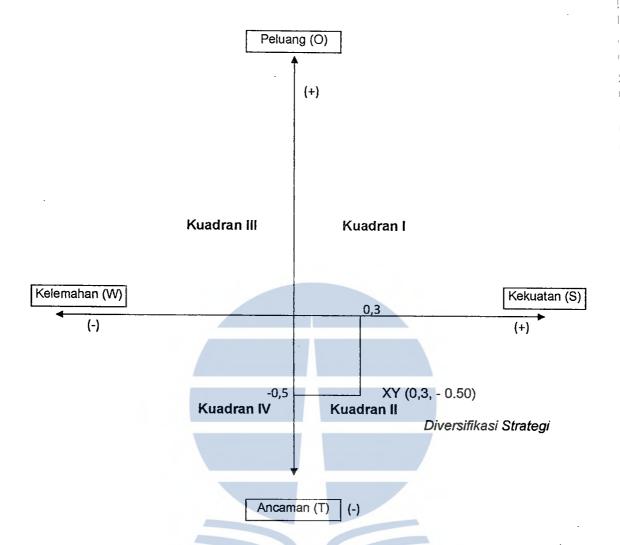
0,90 dan nilai ancaman (*Threaths*) sebesar 1,40. Hal ini dapat diartikan bahwa peluang yang dimiliki lebih kecil dibandingkan dengan ancaman yang ada, yaitu 39 persen peluang, dan 61 persen ancaman, sehingga strategi Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari rendah.

Tabel 4.16. Matriks Faktor Strategi Eksternal

	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Pe	tuang (Opportunities)			
1	Sebagai sumber mata pencaharian masyarakat	0.20	4	0.80
2	Permintaan pasar yang tinggi tiap tahun karena skala ekspor	0.20	4	
3	Pembinaan dan Penyuluhan budidaya Rumput Laut	0.05	1	0.05
4	Menyerap banyak tenaga kerja	0.05	1	0.05
5	Adanya sarana prasarana budidaya yang mendukung	-	1	-
	Sub Total	0.50	11	0.90
An	caman (Threaths)			
1 2	Perubahan iklim (arus laut, suhu ekstrim, gelombang) Belum adanya penetapan harga yang pasti / fluktuasi	0.20	4	0.80
-	harga	0.15	3	0.45
3	Pencemaran lingkungan dari darat	0.05	1	0.05
4	Hama/penyakit / virus	0.05	1	0.05
5	Minat generasi muda semakin menurun menjadi petani/nelayan	0.05	1	0.05
	Sub Total	0.50	10	1.40
	Total	1	21	2.30

Sumber: Data primer setelah diolah, 2016

Hasil perhitungan matriks IFAS (Internal Strategic Faktor Analisys Summary) dan matrik EFAS (Eksternal Strategic Faktor Analisys Summary) yang menghasilkan nilai sumbu X merupakan hasil pengurangan antara faktor kekuatan (1,7), dan faktor kelemahan (1,4) dari lingkungan internal yaitu sebesar 0,3 dan nilai sumbu Y yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang (0,90) dan faktor ancaman (1,40) dari lingkungan eksternal yaitu sebesar - 0,50, sehingga dapat digambarkan dalam diagram SWOT pada lampiran Gambar 4.2



Gambar 4.4. Posisi Pengembangan Strategi Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari

Berdasarkan diagram SWOT pada Gambar diatas, menunjukan bahwa posisi strategi Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari, pada pemetaan analisis lingkungan strategis (lingkungan internal dan eksternal) berada pada kuadran Kedua (II) atau pada posisi *Diversifikasi Strategi* atau pada posisi strategi ST. Posisi ini menandakan bahawa peluang pengembangan Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan

Kertasari berada dalam keadaan yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut.



Tabel 4.16. Diagram Matriks SWOT Strategi Pemasaran Rumput Laut

	Kekuatan/Strenghts (S)	Kelemahan/Weakness (W)
Faktor Internal (IFAS)  Faktor Eksternal (EFAS)	<ol> <li>Letak geografis yang sangat baik untuk budidaya rumput laut</li> <li>Lokasi budiaya sanagta luas</li> <li>Ketersediaan bibit varietas unggul ada</li> <li>Keterampilan pembudidaya cukup baik</li> <li>Kulaitas produk tinggi (Kualitas eksport)</li> <li>Tenaga Kerja cukup tersedia</li> </ol>	<ol> <li>Posisi tawar nelayan rendah (kurangnya pengetahuan Informasi harga yang pantas)</li> <li>Pembudidaya rumput laut belum mampu mengolah menjadi barang setengah jadi/jadi</li> <li>Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah</li> <li>Fasilitas dan modal usaha belum memadai dan tergolong tradisional</li> <li>Belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha di tingkat pembudidaya</li> </ol>
Peluang/Opportunities (O)	Strategi (S-O	Strategi (W-O)
<ol> <li>Sebagai sumber mata pencaharian Masyarakat</li> <li>Pemasaran hasil cukup tinggi karena skala eksprt</li> <li>Menyerap banyak tenaga kerja</li> <li>Adanya sarana prasarana budidaya yang Mendukung</li> <li>Pembinaan dan Penyuluhan budidaya rumput laut</li> </ol>	<ol> <li>Memaksimalkan pemanfaatan letak geografis, lokasi yang sangat luas, bibit unggul, keterampilan, sarana dan lain-lain untuk menjadiakn rumput laut di Desa Labuuhan Kertasari menjadi komoditi eksport kelas dunia.</li> <li>Tingktakan kulaitas tenaga kerja melalui pelaihan usaha, magang sehingga mendorong masyarakat ciptakan lapangan usaha baru.</li> <li>Tingkatkan skala usaha (luas) areal budidaya karena areal budidaya sangat luas</li> </ol>	Fasilitas akses permodalan untuk budidaya dan pemasaran

# Ancaman/Theaths (T)

- 1. Perubahan iklim (arus laut, suhu ekstrim, gelombang)
- 2. Belum adanya penetapan harga yang pasti/fluktuasi harga kering dari usaha budidaya yang sejenis
- 3. Pencemaran lingkungan dari darat
- 4. Hama/Penyakit/Virus
- 5. Minat generasi muda semakin menurun menjadi pembudidaya rumput laut

# Strategi (S-T)

- 1. Pelatihan, kursus, sekolah Lapang Iklim bagi pembudidaya untuk mempelajari pola perubahan iklim laut
- 2. Memberikan akses informasi harga ekspor secara transparan kepada masyarkat pembudidaya
- 3. Pemerintah memfasilitasi penetapan kreteria kulitas rumut laut dengan daftar harga yang disepakati pembudidaya-pengusaha/pembeli
- 4. Pelibatan generasi muda dalam proses budidaya, pemasaran, akses informasi peluang pengembangan masa depan, serta pemberian bantuan/program ke genarasi muda untuk menarik minat
- 5. pemerintah memfasiltasi pedagang pengumpul untuk menjadi pengrusahaan skala eksport

# Strategi (W-T)

1. Pelatihan peningkatan SDM terutama kualiti control dan penanganan pasca panen

Dari beberapa strategi yang dikemukakan di atas selanjutnya ditetapkan beberapa alternatif program dan kegiatan dalam rangka optimalisasi strategi Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari. Oleh karena hasil analisis menunjukan bahwa kondisi esksisting Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Labuhan Kertasari berada pada strategi S-T, maka strategi ini dijadikan strategi prioritas.

Rekomendasi strategi yang diberikan adalah *Diversifikasi Strategi*, artinya Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari dalam kondisi yang mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan pengembangan rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya (*existing strategi*). Oleh karenanya Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Labuhan Kertasari disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya, antara lain:

Memaksimalkan potensi lahan yang sangat luas, letak geografis yang baik untuk peningkatan produk, serta lakukan Pelatihan, kursus, Sekolah Lapang Iklim bagi pembudidaya untuk mempelajari pola perubahan iklim laut. Hal ini dilakukan agar produk rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari mampu terus bersaing di pasar dunia. Selanjutnya strategi pemasaran yang perlu ditekankan adalah : memberikan akses informasi harga ekspor secara transparan kepada masayarakat pembudidaya, pemerintah memfasilitasi penetapan harga kesepakatan antara pengusaha dan pembudidaya. pemerintah memfasilitasi penetapan kriteria kualitas rumput laut dengan daftar harga yang disepakati pembudiday-pengusaha/pembeli, Pelibatan generasi muda dalam proses budidaya,

pemasaran, akses peinformasi peluang pengembangan masa depan, serta Pemberian bantuan/program ke generasi muda untuk menarik minat mereka.

Alternatif strategi S-O untuk pengembangan Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari sebagai berikut :

- Memaksimalkan pemanfaatan letak geografis, lokasi yang sangat luas, bibit unggul, keterampilan, sarana dan lain-lain untuk menjadikan rumput laut di Desa Labuuhan Kertasari menjadi komoditi pemasaran eksport kelas dunia.
- 2. Tingktakan kulaitas tenaga kerja melalui pelatihan usaha, magang sehingga mendorong masyarakat ciptakan lapangan usaha baru atau usaha turunan dari kegiatan budidaya. Misalnya produk rumput laut diolah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi sebelum dipasarkan, atau menciptakan produk turunan lainnya dari rumput laut yang tentunya membuka lapangan usaha baru.
- 3. Tingkatkan skala usaha (luas) areal budidaya karena potensi areal budidaya sangat luas. Konsekwensi dari strategi ini adalah tentunya dibutuhkan suntikan pendanaan serta insentif lainnya dari pemerintah daerah untuk menggerakkan gairah petani pembudidaya.

Alternatif strategi W-O untuk pengembangan Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah fasilitas akses permodalan untuk budidaya dan pemasaran. Akses permodalan ini dalam rangka pengembangan usaha dalam mempertahankan permintaan konsumen (pembeli) yang tinggi serta memberikan kesempatan kepada pelaku usaha setempat untuk mengembangkan skala pemasran yang lebih besar. Kegiatan yang dapat dilaksanakan antara lain:

- 1. Fasilitasi penyaluran subsidi Penguatan Modal Usaha Kelompok (PUMK).
- 2. Fasilitasi pelaksanaan Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (PUAP).
- 3. Fasilitasi penjaminan kredit usaha/kredit usaha rakyat (KUR) untuk modal usaha.

Alternatif strategi W-T untuk pengembangan Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah Pelatihan peningkatan Sumber Daya Manusia terutama kualiti control dan penanganan pasca panen, sebagai berikut:

- Sumberdaya manusia ditingkatkan guna mengatasi berbagai macam hambatan seperti (Perubahan iklim, harga, pencemaran lingkungan, Hama/Penyakit/Virus dan lainnya) dapat teratasi, sehingga minat generasi muda untuk terjun ke dunia rumput laut meningkat dan menjadi lapangan usaha yang menarik.
- Penanganan pasca panen dengan memperbaiki kualitas penanganan pasca panen sesuai standar internasional, serta memperbaiki kulaitas kemasan produk.

#### **BAB V**

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan temuan dan pembahasan penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Saluran Pemasaran rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari terdiri atas produsen, pedagang pengumpul dan pengumpul eksportir (Surabaya). Produsen menjalakan lima fungsi pemasaran dan pedagang pengumpul menjalankan keseluruhan fungsi pemasaran.
- 2. Rata-rata margin pemasaran rumput laut di wilayah Minapolitan Desa Labuhan Kertasari adalah Rp. 1.500,-/kg. Keuntungan yang diterima oleh produsen adalah Rp. 2.605,-/kg. Rata-rata keuntungan pedagang pengumpul adalah Rp. 999,-/kg. Terjadi efesiensi pemasaran rumput laut kering dengan rata-rata di tingkat pedagang produsen adalah 0, 628 %, sedangkan rata-rata efesiensi pemasaran di tingkat pedagang pengumpul adalah 0,059%.
- 3. Nilai transmisi harga 0,401 kurang dari 1 ( $\beta$  < 1) artinya perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil dari perubahan harga di tingkat konsumen industri atau eksportir. Hasil analisis elastisitas transmisi harga juga menunjukan bahwa nilai elastisitas 0,512 kurang dari 1 ( $\eta$  < 1) sehingga elastisitas harga rumput bersifat inelastis.
- 4. Rekomendasi strategi yang diberikan untuk pemasaran rumput laut adalah Diversifikasi Strategi, artinya Pemasaran Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Labuhan Kertasari dalam kondisi yang mantap namun

menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan pengembangan rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Labuhan Kertasari akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi saat ini existing strategi.

#### B. Saran

Agar kesejahteraan masyarakat pembudidaya rumput laut dapat terwujud, strategi pemasaran rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Kertasari seyogyanya memanfaatkan strategi S-T (*Stronght- Threath*) sebagai strategi utama. Untuk itu, beberapa program yang telah dikembangkan dalam akhir Bab Hasil dan Pembahasan direkomendasikan untuk ditindak-lanjuti.



#### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2015. Di Kertasari, Bupati Resmikan Pabrik Rumput Laut Pertama di NTB. http://www.sumbawabaratkab.go.id
- Agribisnis Community, (2010). Fungsi-fingsi Pemasaran <a href="http://www.agrimaniax.blogspot.com">http://www.agrimaniax.blogspot.com</a>. Diakses 10 Juni 2016
- Anggadiredja, J., A. Zatnika., H. Purwoto dan S. Istin, (2006). Rumput Laut Pembudidayaan, Pengolahan dan Pemasaran Komoditas Perikanan Potensial. Penebar Swadaya. Jakarta
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (2011). Master Plan Minapolitan Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2011. Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (2016). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2016-2020. Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat.
- Bambang Priono, (2013). Budiddaya Rumput Laut Dalam Upaya Peningkatan Industrialisasi Peikanan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perikanan Budidaya. Media Akuakultur Volume 8 Nomor 1 Tahun 2013. <a href="https://www.google.com/search?q=Bambang+Priono%2C+%282013%29">https://www.google.com/search?q=Bambang+Priono%2C+%282013%29</a>. +Budid
- Badan Pusat Statistik, (2013). Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-1035. Badan Perencanaan pembangunan Nasional Jakarta. <a href="https://www.bappenas.go.id">https://www.bappenas.go.id</a> diakses 13 Nopember 2016
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumbawa Barat, (2013). Kabupaten Sumbawa Barat Dalam Angka. Kabupaten Sumbawa Barat
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat, (2000). Rencana Strategis Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau Kecil di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Mataram
- BPP-PSPL Universitas. (2009). Studi Potensi Pengembangan Budidaya Perikanan di Lokasi Coremap II Kota Batam.
- Dewe Gede Raka Wiadnya (2011). Konsep Perencanaan Minapolitan Dalam Pengembangan Wilayah. https://www.UNIBRAW-FPIK-Konsep Perencanaan Minapolitan\_22November2011.

- Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan (2012). Propil Desa Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat Sebagai Usulan Pengembangan Desa Pesisir Tangguh Kabuapten Sumbawa Barat Diajukan Kepada Ditjen Kelautan, Pesisir dan Pulau-pulau Kecil Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia. Kabupaten Sumbawa Barat.
- Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan (2013). Master Plan Pengembangan Minapolitan Budidaya Rumput Laut di Kabupaten Sumbawa Barat. Bidang Perikanan Budidaya dan PHP Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan Kabupaten Sumbawa Barat.
- Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan (2015). Laporan Akhir Statistik Perikanan Budidaya. Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan Kabupaten Sumbawa Barat.
- Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan (2015). Laporan Kinerja Instansi Pemerintah. Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan Kabupaten Sumbawa Barat.
- Direktorat Pembudidayaan, Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya Departemen Kelautan dan Perikanan. (2012). Petunjuk Teknis Budidaya Rumput Laut. Direktorat Pembudidayaan, Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya Departemen Kelautan dan Perikanan.
- Edy Wahyudi (2010). Strategi Peningkatan Akses Pasar dan Peluang Inovasi Usaha Kecil Nelayan Pasuruan. Riset Ilmiah Strategis (L-RIS) dan Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember. <a href="https://www.google.com/search?q=Edy+Wahyudi+%282010%29">https://www.google.com/search?q=Edy+Wahyudi+%282010%29</a>
  <a href="https://www.google.com/search?q=Edy+Wahyudi+%282010%29">https://www.google.com/search?q=Edy+Wahyudi+%282010%29</a>
- Effendi, M.I. dan W. Oktariza (2006). Manajemen Agribisnis Perikanan Penebar Swadaya. Jakarat.
- Ernida Mahmud, M. Syawal, Sitti Bulkis., (2016). Strategi Peningkatan Kemandirian Petani Rumput Laut Di Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone. KPU Bone Sistem-sistem Pertanian, PPS Universitas Hasanuddin, Makasar. <a href="https://www.google.com/search?q=jurnal+pengaruh+pendidikan+terhadap+">https://www.google.com/search?q=jurnal+pengaruh+pendidikan+terhadap+</a>
- Fauzie Achmad, (2009) Strategi Pengembangan Industri Perikanan Laut Di Sumatra Barat. Tesis Pasca Sarjana Universitas Andalas.
- Harifuddin, Aisyah, Budiman. (2011) Analisis Margin dan Efesiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep.https://www.google.com/search?q=jurnal+pemasaran+rumput+l aut+&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b

- Hanfiah, A.M dan Saefuddin, A.M. (1986). Tata Niaga Hasil Perikanan Jakarta. Universitas Indonesia.
- Hanafie, R., (2010) Pengantar Ekonomi Pertanian. Yogyakarta Adi Puliser
- Hikmayani, Y., T. Aprilliani, dan A. Zamroni, (2007). Analisis Pemasaran Rumput Laut di Wilayah Potensial Indonesai. Jurnal Bijak dan Riset Sosek KP Vol. 2 no. 2 Tahun 2007. Badan Riset kelautan dan Perikanan, Jakarta.
- Irawan, B. (2007). Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah. <a href="https://pse.litbang.deptan.go.id">https://pse.litbang.deptan.go.id</a>
- Kottler, P. (1992) Manjemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Nh, (2015). Di Kertasari, Bupati Resmikan Pabrik Rumput Laut Pertama di NTB. <a href="http://www.sumbawabaratkab.go.id/v/berita-daerah/476-di-kertasari-bupati-resmikan-pabrik-rumput-laut-pertama-di-ntb.html">http://www.sumbawabaratkab.go.id/v/berita-daerah/476-di-kertasari-bupati-resmikan-pabrik-rumput-laut-pertama-di-ntb.html</a>.
- Notji, A. (2002). Laut Nusantara. Djambatan Jakarta.
- Menteri Kelautan dan Perikanan Rebublik Indonesia (2010) Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor Kep. 32/Men/2010 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan. <a href="https://www.bkipm.kkp.go.id/.../">www.bkipm.kkp.go.id/.../</a>
- Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (2011) Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor Kep. 39/MEN/2011 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan No. KEP.32/MEN/2010 tentang Penetapan Kawasan Minapolitan. https://www.dkp.acehselatankab.go.id/
- Propil Desa Kertasari (2015). Propil Desa Kertasari Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat.
- Rahim, A., dan Diah Retno Dwi Hastuti. (2007). Ekonomi pertanian. Penbar Sawdaya Jakarta.
- Rangkuti, F., (2008). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Romimohharto, K., dan Sri Juwana, (2007). Biologi Laut (Ilmu Pengetahuan Tenatang Bintang Laut). Penerbit Djambatan, Jakarta.
- Rusmin Nuryadin (2015). Analisi Keberlanjutan Pengembangan Kawasan Pesisir Berbasisi Rumput Di Kabupaten Sumbawa Barat. <a href="https://www.google.com/search?q=Rusmin+Nuryadin+%282015%29+an">https://www.google.com/search?q=Rusmin+Nuryadin+%282015%29+an</a> alisis+

- Sarifudin Saleh, dkk (2014) Value Chain Rumput Laut pada Empat Daerah di Sulawesi Selatan. <a href="httpperkumpulankatalis.orglaporan-penelitian-value-chain-rumput-laut-pada-empat-daerah-di-sulawesi-selatan">httpperkumpulankatalis.orglaporan-penelitian-value-chain-rumput-laut-pada-empat-daerah-di-sulawesi-selatan</a>
- Setiawati, A., (2000) Pemetaan Produk perikanan Di Pasar Leuwiliang, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor. Skripsi Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi., (2008) Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian. Rajawali Press. Jakarta
- Sugiyono., (2005) Metode Penelitian Kalitatif. Alfabeta Bandung.
- Sudiyono, A., (2001). Pemasaran pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Sudradjat, (2009). Komoditas laut Menguntungkan. Penebar Swadaya, jakarta.
- Suharyanto, (2005). Analisis Pemasaran dan Tataniaga Anggur di Bali. <a href="http://ejournal.unud.ac/abstrak">http://ejournal.unud.ac/abstrak</a>. diakses pada tanggal 2 Juni 2016
- Sukirno, S., (1994). Pengantar Teori Mikroekonomi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sunarko, (2014). Pengembangan Minapolitan di Kabupaten Cilacap. Bappeda Kabupaten Cilacap.
- Swastha, B., (1999). Saluran Pemasaran. Edisi 1 BPFe. Yogyakarta.
- Suwardjono, (2005). Teori Akutansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan, Yogyakarta. BPFE
- Wahdi, M., (2011). Riset Pemaaran (Teori dan Aplikasi) Untuk Pengembalian Keputusan. CAPS, Yogyakarta.
- Widodo, U., dan A Syukri (2005). Manajemen Usaha Perikanan. Departemen Kelautan dan Perikanan. Pusat Pendidikan dan Pelatihan, jakarta.

# **LAMPIRAN**

1. Daftar Pertanyaan

# KUISIONER PENELITIAN PEMASARAN RUMPUT LAUT UNIVERSITAS TERBUKA

# KUISIONER UNTUK PEMBUDIDAYA (PRODUSEN)

Tanggal Wawancara	
Nama Responden	
Umur Responden	
Pendidikan Responden	:
A. Data Umum Usaha Run	aput Laut
<ol> <li>Sejak kapan mulai mel</li> </ol>	akukan usaha budidaya rumput laut ini :
••••••	
<ol><li>Dari mana dapat moda</li></ol>	l awal usaha :
<ol><li>Jika modal dari pemer memperolehnya:</li></ol>	intah atau lembaga pemberi bantuan, bagaimana cara
4. Usaha ini kelompok/in	dividu/usaha keluarga:
5. Ide berdirinya usaha in	
6. Bagaimana bentuk (str	uktur) organisasi kelompok usaha rumput laut ini :
7. Bagaimana keterlibatan	(termasuk nama kelomok)
Apakah ada kelompok	yang kurang melibatkan diri/tidak aktif:
8. Apakah anda tahu prog Apa perbedaan yang d	gram minapolitan dari pemerintah irasakan dengan adanya program tersebut

B. Da	ıta Me	tode Budidaya Rumput Laut	,
1.	Jenis 1	rumput laut apa yang diusahkan :	
2.	-	oa memilih jenis ini :	
3.		le apa yang dipakai :	
4.	Dari n	nana informasi tentang metode yang dipaka	i:
5.	Pernal	n menggunakan metode ini sebelumnya :	
6.	Meng	gunakan metode itu apakah ada masalah :	
7.		umput laut dari mana :	
8.		ibit di beli, berapa harganya :	
9.	Bagai	mana cara menjemur rumput laut setelah di	panen :
10	_		
C. Da	ata Mo	odal Usaha (Biaya awal Usaha)	
1.	Secara	keseluruhan, berapa rupiah modal yang dib	
2.		dan bahan apa saja yang digunakan dalan rtabel):	
	No.	Alat dan Bahan	Biaya (Rp)

), D	ata Pro	oduksi Rumput Laut					
1.		waktu berapa lama dari ta					
	•••••		···;				
2	Untuk satu kali panen, berapa banyak/jumlah rumput laut yang didapat :						
3.	kg atau karung (ukuran karung berapa kg :  Berapa lama waktu proses panen berlangsung :  hari						
4.	(misal	h dilakukan penjemuran Inya pengepakan atau pe Im dipasarkan	, apakah ada proses p ngolahan menjadi pro	engolahan rumput laut duk-produk perikanan)			
5.	Perke	mbangan produksi rumpu	ut laut, dapat diisi pada	tabel berikut :			
		Tabel. Perk	embangan Produksi				
	No.	Waktu Produksi (bulan)	Jumlah Produksi (kg atau ton)	Jumlah Yang di Jual (kg/ton)			
	yang d	ah seluruh jumlah hasil p disimpan : idak dijual semuanya (ad	a yang disimpan), apa	alasannya :			
3.	Bagai	mana cara penjualan rum					
4.	Berar	oa harga rumput laut basa	h :				
5.	Berag	oa harga rumput laut kerii	ng:				
6		oa harga jual rumput laut,		hulu :			
				dilakukan pengolahan)			

•	Saturan remasaran
	l. Kemana rumput laut di jual (pedagang/pembeli dimana):
	2. Siapa pembeli/pedagang yang sering membeli rumput laut :
	3. Sepengetahuan anda, rumput laut yang dijual ini, apakah akan dibawa/dijua lagi ke luar pulau :
	I. Jika dijual ke luar pulau, apakah anda tahu kemana tempat tujuannya:

#### G. Fungsi Lembaga Pemasaran

Dalam pertanyaan ini, ada dua kategori kualitatif penilaian yakni sulit dan tidak sulit.

Sum.				
			aian (√)	
No.	Fungsi-Fungsi	Sulit		Alasannya
			Sulit	
1.	Apakah sulit mencari pedagang	3		
	untuk membeli rumput laut			
	Apakah sulit menentukan			
2.	menemukan tempat penyimpanan	1		
<u> </u>	rumput laut?			
,	Apakah sulit menemukan ala			
3.	transportasi untuk mengangku	t		
	rumput laut ke pedagang?  Apakah sulit dalam perjalanar			
4.	pengangkutan rumput luat yang			
	dipasarkan ke pedagang?	3		
	Apakah sulit memperoleh	1		
5.	pinjaman modal untuk			
ا ک	peningkatan usaha budidaya	1		
	rumput laut?			
6.	Apakah sulit menentukan kualitas	5		
0.	rumput laut yang akan dijual?			
	Apakah sulit menjual rumput lau	t		
7.	yang rendah kualitasnnya			
	Apakah sulit mencari informas	i		
	pasar tentang penjualan rumpu		ļ	
8.	laut (misalnya, untuk mengetahu			
	harga pasar penjualan rumpu	t		
L	laut?			

# H. Harga Jual dan Beli

	1.	Bagaimana menentukan harga jual rumput laut :
	2.	Jenis rumput laut mana yang berkualitas tinggi :
	3.	Apakah ada pengaruh kualitas terhadap harga jual :
	4.	Bagaimana cara menentukan kualitas rumput laut yang baik :
	5.	Berapa harga jual yang sekarang oleh anda sendiri :
	6.	Apakah harga ini bisa dinaikan atau diturunkan
		Faktor apa saja yang mempengaruhi naik turunnya harga rumput laut :
	7.	Jika dinaikan, berapa harga tertinggi :  Rp/kg dan harga terendah Rpkg
I.	Bi	aya Pemasaran
		Berapa jumlah karung yang digunakan untuk mengemas seluruh produk
		rumput laut:buah
	2.	Berapa harga 1 buah karung : Rp/buah
	3.	Berapa banyak tenaga kerja (buruh) yang dibutuhkan untuk mengemasan
		produk rumput laut :orang
	4.	Berapa upah pengemasan per orang: Rp/orang
	5.	Berapa banyak tenaga kerja (buruh) yang dibutuhkan untuk mengangkut
		produk rumput laut :orang
	6.	Berapa upah pengangkutan per orang : Rp/orang
	7.	Berapa biaya transportasi yang dikeluarkan untuk mengangkut rumput laut
		ke tingkat pedagang : Rp/tiap kali angkut.
	8.	Berapa biaya yang dibutuhkan untuk menghubungi pedagang (melakukan
		pembicaraan melalui Tlp/HP) tiap kali proses penjualan : Rp

9. Apakah ada pajak usaha yang dibebankan :jika ada berapa biayanya : Rp
Kolom pendapat
Apabila ada yang ingin disampaikan, silahkan masukan pendapat anda terkai masalah penjualan rumput laut pada kolom yang tertera di bawah ini:
·

# KUISIONER PENELITIAN PEMASARAN RUMPUT LAUT UNIVERSITAS TERBUKA

# KUISIONER UNTUK PEDAGAN

Tanggal Wawancara Nama Responden Umur Responden Pendidikan Responden	:
A. Data Umum Usaha Ri	ımput Laut
	uelakukan usaha jual-beli rumput laut ini :
2. Dari mana dapat mo	dal awal usaha :
<ol> <li>Jika modal dari pem memperolehnya :</li> </ol>	erintah atau lembaga pemberi bantuan, bagaimana cara
4. Usaha ini kelompok/	/individu/usaha keluarga :
5. Ide berdirinya usaha	ini dari mana :
6. Apakah anda tahu pr Apa perbedaan yang	ogram minapolitan dari pemerintah dirasakan dengan adanya program tersebut
B. Data Produk Rumput	Laut
1. Jenis rumput laut apa	a yang diusahkan :
2. Kenapa memilih jeni	
3. Dari mana informasi	tentang jenis yang dipilih :
4. Pernahkah membeli	jenis ini sebelumnya :

5.							
6.	Bagair	mana cara	memilih rumpu	ıt lau	t yang berkul	aitas t	oaik :
7.	kualita	ıs baik :				•••••	
C. D	Secara keseluruhan, berapa rupiah modal yang dibutuhkan dalam usaha ini      Alat dan bahan apa saja yang digunakan dalam memulai usaha ini (di dalam tabel):      NO.						
6. Bagaimana cara memilih rumput laut yang berkulain  7. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk memikualitas baik:  C. Data Modal Usaha (Biaya awal Usaha)  1. Secara keseluruhan, berapa rupiah modal yang dibut dalam tabel):  NO. ALAT DAN BAHAN  D. Data Pembelian Rumput Laut  1. Perlu waktu berapa lama untuk mengumpulkan sehitiap-tiap pembudidaya:  2. Untuk satu kali pembelian, berapa banyak/jumlah rumput laut berapa lainaya pemisahan rumput laut berapa lainaya) sebelum dipasarkan  4. Apa alasan dilakukan perlakuan/proses tersebut:	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •						
2.			apa saja yang	digu	ınakan dalan	n men	nulai usaha ini (diisi
	NO.	1	ALAT DAN E	BAHA	AN		BIAYA (RP)
				-			
	L	.L	\				
D. D	ata Pen	nbelian R	Rumput Laut				
1.	tiap-tia	ap pembuo	didaya:				-
2					any <mark>ak/jumlah</mark>	rump	<mark>ut l</mark> aut yang didapat :
3.	atau k Setela dilaku lainny	arung ( <i>uki</i> h dilakuka kan ( <i>misa</i> a) sebelur	uran karung ber an pembelian, a alnya pemisaha n dipasarkan	rapa i pakal an ri	kg) : n ada perlaku umput laut	ian/pro	oses selanjutnya yang sarkan kualitas atau
4.	Apa a	lasan dilal	kukan perlakuai	n/pro	ses tersebut :		

5. Perkembangan produksi rumput laut, dapat diisi pada tabel berikut :

Tabel. Perkembangan pembelian Rumput Laut

No.	Waktu Pembelian (bulan)	Jumlah Produksi (kg atau ton)	Jumlah Yang di Jual (kg/ton)

E. Pe	enjualan Produk Rumput Laut
1.	Apakah seluruh jumlah hasil panen rumput laut ini kemudian dijual atau ada yang disimpan :
2.	Jika tidak dijual semuanya (ada yang disimpan), apa alasannya:
•	Description of the second district the second
3.	Bagaimana cara penjualan rumput laut yang disimpan tersebut :
4	Berapa harga rumput laut basah :
4.	Berapa nanga numput iaut basan .
5.	Berapa harga rumput laut kering :
6.	Berapa harga jual rumput laut, jika diolah terlebih dahulu:
	(jika dilakukan pengolahan)
F. S	aluran Pemasaran
1.	Kemana rumput laut yang sudah di beli ini jual (pedagang/pembeli dimana):
2.	Siapa pembeli/pedagang yang sering membeli rumput laut :
3.	Sepengetahuan anda, rumput laut yang dijual ini, apakah akan dibawa/dijual lagi ke luar pulau :

ung	si Lembaga Pemasaran			
alan ılit.	n pertanyaan ini, ada dua kategori ku	alitatif p	penilaian y	yakni sulit dan t
1111.		Penila	aian (√)	
No.	Fungsi-Fungsi	Sulit	Tidak Sulit	Alasannya
1.	Apakah sulit mencari pedagang besar untuk membeli rumput laut yang sudah di kumpulkan			
2.	Apakah sulit menentukan/ menemukan tempat penyimpanan rumput laut?			
3.	Apakah sulit menemukan alat transportasi untuk mengangkut rumput laut ke pedagang selanjutnya/pedangang besar?			
4.	Apakah sulit dalam perjalanan pengangkutan rumput luat yang dipasarkan ke pedagang selanjutnya/pedangang besar?			
5.	Apakah sulit memperoleh pinjaman modal untuk peningkatan usaha jual-beli rumput laut?			
6.	Apakah sulit menentukan kualitas rumput laut yang akan dibeli?			
7.	Apakah sulit membeli rumput laut yang bagus kualitasnya			
8.	Apakah sulit mencari informasi pasar tentang penjualan rumput laut (misalnya, untuk mengetahui harga pasar penjualan rumput laut?			

	2.	Jenis rumput laut mana yang berkualitas tinggi :
		Apa alasannya
	3.	Apakah ada pengaruh kualitas terhadap harga jual :
	4.	Bagaimana cara menentukan kualitas rumput laut yang baik :
		Berapa harga jual yang sekarang oleh anda sendiri : Rp/kg Apakah harga jual bisa dinaikan atau diturunkan :
		Jika bisa, faktor apa yang mempengaruhi naik turunnya harga rumput laut :
	7.	Jika dinaikan, berapa harga tertinggi :  Rp/kg dan harga terendah Rpkg
I.	Bi	aya Pemasaran
	1.	Berapa biaya yang dibutuhkan untuk transportasi pengangkutan rumput laut dari produsen ke tempat usaha bapak/ibu :  Rp/tiap kali angkut
	2.	Berapa biaya dan jumlah karung (kemasan) yang dibutuhkan untuk mengangkut rumput laut dari produsen : Rp/buah dan menggunakanbuah
	3.	Apakah ada biaya penyimpanan yang dilakukan oleh bapak/ibu setelah membeli rumput laut dari produsen :jika ada, berapa banyak biaya tersebut : Rp/hari penyimpanan
	4.	Berapa biaya transportasi yang dikeluarkan lagi, jika bapak/ibu ingin memasarkan rumput laut yang dibeli dari produsen ke pedagang besar (misalnya di Taliwang/Lombok/Bali) yang mau membeli rumput laut Rp/tiap kali angkut
	5.	Berapa banyak tenaga kerja (buruh) yang dibutuhkan untuk mengangku produk rumput laut :orang
	6.	Berapa upah pengeangkutan per orang: Rp/orang

7. Berapa biaya transportasi yang dikeluarkan untuk mengangkut rumput lake tingkat pedagang besar : Rp/tiap kali angkut	
8. Berapa biaya yang dibutuhkan untuk menghubungi pedagang (melakuka pembicaraan melalui tlp/HP) tiap kali proses penjualan:  Rp.	ın
9. Apakah ada pajak dalam transportasi produk rumput laut yang dibebanka pada usaha bapak/ibu:jika ada berap biayanya: Rpjika ada berap	
Kolom pendapat	
Apabila ada yang ingin disampaikan, silahkan masukan pendapat anda terka masalah penjualan rumput laut pada kolom yang tertera di bawah ini:	
	. <u></u>
	. <b></b>
	•••
	an

# 2. Analisis Regresi Linier Sederhana

# Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.512ª	.203	200	6.017E-02	1.412

a. Predictors: (Constant), hargaPP

b. Dependent Variable: hargapro

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8'487E <b>-</b> 01	1	8.487E-01	23.353	.000ª
	Residual	205	55	3.623E-02		
	Total	290	57			

a. Predictors: (Constant), hargaPP

b. Dependent Variable: hargapro

#### Coefficients<sup>a</sup>

		Unstand Coeffi			ndardize d efficients			Collinea Statisti	- 1
Model		В	Std. Error		Beta	t	Sig.	Toleranc e	VIF
1	(Constant	4.870	.775	V		6.247	.000		
	hargaPP	.401	.081		.523	4.842	.000	1.000	1.00 0

a. Dependent Variable: hargapro

# 3. Biaya Pemasaran di Tingkat Produsen dan Pedagang Pengumpul

#### a. Produsen

		]	Biaya Pema				
No	Jenis Biaya	Dusun Kertasari	Dusun Pedak Baru	Dusun Labuhan	Dusun Bone Putih	Rata- rata	Persentase (%)
1	Karung	3.109	3.340	3.018	3.154	3.155	3,44
2	Tenaga Kerja	15.510	17.742	13.952	13.865	61.069	66.56
3	Transportasi	25.500	19.166	28.500	33.125	26.573	28,96
4	Komunikasi	955	875	850	1.119	950	1,04
	Jumlah	680.155	733.141	698.250	746.144	91.747	100.09
Pr	oduksi (kg)	310	281	321	399		
Biaya Pemasaran (Rp/Kg)		2.194	2.609	2.175	1.870		

# b. Pedagang Pengumpul

	Uraian				
N0		Volume	Satuan	Biaya (Rp)	Jumlah Biaya
•					
1	Pembelian Karung	240	Bh	3500	840.000
2	Pengisisan Rumput Laut ke dalam karung	20.000	Kg	50	1.000.000
3	Biaya Buruh angkut ke Puso	20.000	Kg	50	1.000.000
4	Biaya Truk Puso	1	unit	7.500.00	7.500.000
5	Biaya Karantina	20,000	Kg	25	500.000
6	Biaya Komunikasi	1	kali	52.000	52.000
				Jumlah	10.892.000
		Rata-rata i	si unit Pus	$so \pm 20 ton$	545

# 4. Hasil Identifikasi Awal Faktor Internal Dan Faktor Eksternal

# HASIL IDENTIFIKASI AWAL FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL

No.	Faktor Internal	No.	Faktor Internal
1.	Kekuatan (Strenghts)	1.	Peluang (Opportunities)
	<ul><li>a. Letak geografis yang sangat baik untuk budidaya rumput laut</li><li>b. Tenaga kerja cukup tersedia</li></ul>		a. Sebagain sumber mata pencaharian masyarakat     b. Pemasaran hasil cukup tinggi karena skala ekspor
	c. Ketersediaan bibit varietas unggul ada		c. Adanya pembinaan dari petugas/penyuluhan/bimtek
	d. Kualitas produk tinggi (Kualitas ekspor)		d. Menyerap banyak tenaga kerja
	e. Keterampilan petani dalam budidaya		e. Adanya sarana prasarana budidaya yang mendukung
	f. Keterampilan petani dalam budidaya		
2	Kelemahan (Weakness)	2	Ancaman (Threaths)
	a. Posisi tawar petani rendah (kurangnya pengetahuan Informasi harga yang pantas)		a. Perubahan iklim (arus laut, suhu ekstrim, gelombang)
	b. Fasilitas dan modal usaha belum memadai dan tergolong tradisional		b. Hama/penyakit / virus
	c. Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah		c. Pencemaran lingkungan dari darat
	d. Petani/nelayan belum mampu mengolah menjadi barang setengah jadi/jadi		d. Belum adanya penetapan harga yang pasti / fluktuasi harga
	e. Belum Optimalnya pengelolaan keuangan usaha di tingkat penbudidaya		e. Minat generasi muda semakin menurun menjadi petani/nelayan

# 5. Analisis Swot Pemasaran Rumput Laut

#### ANALISIS SWOT PEMASARAN RUMPUT LAUT

KI	EKUATAN	Hasil Voting
1.	Letak geografis yang sangat baik untuk budidaya rumput laut	4
2.	Lokasi budidaya sangat luas	4
3.	Ketersediaan bibit varietas unggul ada	1
4.	Keterampilan pembudidaya cukup baik	1
5.	Kualitas produk tinggi (Kualitas ekspor)	0
6.	Tenaga kerja cukup tersedia	0
KI	ELEMAHAN	Hasil Voting
1.	Posisi tawar nelayan rendah (kurangnya pengetahuan	_
	Informasi harga yang pantas)	4
2.	Pembudidaya rumput laut belum mampu mengolah menjadi	
	barang setengah jadi/jadi	3
3.	Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah	1
4.	Fasilitas dan modal usaha belum memadai dan tergolong	
	tradisional	1
5.	Belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha di tingkat	
	pembudidaya	1
PE	LUANG	Hasil Voting
1	Sebagai sumber mata pencaharian masyarakat	4
2	Pemasaran hasil cukup tinggi karena skala ekspor	4
3	Menyerap banyak tenaga kerja	1
4	Adanya sarana prasarana budidaya yang mendukung	1
5	Adanya pembinaan dari petugas/penyuluhan/bimtek dll	0
ΑN	CAMAN	Hasil Voting
1	Perubahan iklim (arus laut, suhu ekstrim, gelombang)	4
2	Belum adanya penetapan harga yang pasti / fluktuasi harga	3
3	Pencemaran lingkungan dari darat	1
4	Hama/penyakit / virus	1
5.	Minat generasi muda semkin menurun menjadi pembudidaya	1
	rumput laut	

#### ANALISIS SWOT PEMASARAN RUMPUT LAUT

#### Analisis SWOT Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Pemasaran Rumput Laut

KI	EKUATAN	Hasil Voting	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Letak geografis yang sangat baik untuk budidaya rumput laut	4	0,20	4	0,80
2	Lokasi budidaya sangat luas	4	0,20	4	0,80
3	Ketersediaan bibit varietas unggul ada	1	0,05	1	0,05
4	Keterampilan pembudidaya cukup baik	1	0,05	1	0,05
5	Kualitas produk tinggi (Kualitas ekspor)	0	-	1	-
6	Tenaga kerja cukup tersedia	0	-	1	
	Sub Total	10	0,50	12,00	1,70
K	ELEMAHAN				
I	Posisi tawar nelayan rendah (kurangnya pengetahuan Informasi harga yang pantas)	4	0,20	4	0,80
2	Pembudidaya rumput laut belum mampu mengolah menjadi barang setengah jadi/jadi	3	0,15	3	0,45
3	Tingkat pendidikan masyarakat masih rendah	1	0,05	1	0,05
4	Fasilitas dan modal usaha belum memadai dan tergolong tradisional	1	0,05	1	0,05
5	Belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha di tingkat pembudidaya	1	0,05	1	0,05
	Sub Total	10	0,50	10,00	1,40
	Total	20	1	22	3,1
C	atatan Hasil :				
1	Kekuatan lebih besar (%)	54,84			
	Kelemahan Nilai sumbu X dalam diagram SWOT = Kekuatan-	45,16			
2	Kelemahan	0,30			

#### Analisis SWOT Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) Pemasaran Rumput Laut

PE	LUANG	Hasil Voting	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	Sebagai sumber mata pencaharian masyarakat	4	0,20	4	0,80
2	Pemasaran hasil cukup tinggi karena skala ekspor	4	0,20	4	
3	Menyerap banyak tenaga kerja	1	0,05	1	0,05
4	Adanya sarana prasarana budidaya yang mendukung	1	0,05	1	0,05
5	Adanya pembinaan dari petugas/penyuluhan/bimtek dll	0		1	_
	Sub Total	10	0,50	11	0,90
Αľ	NCAMAN				
I	Perubahan iklim (arus laut, sulu ekstrim, gelombang)	4	0,20	4	0,80
2	Belum adanya penetapan harga yang pasti / fluktuasi harga	3	0,15	3	0,45
3	Pencemaran lingkungan dari darat	l	0,05	1	0,05
4	Hama/penyakit / virus	1	0,05	1	0,05
5	Minat generasi muda semakin menurun menjadi petani/nelayan	1	0,05	1	0,05
	Sub Total	10	0,50	10	1,40
	Total	20	1	21	2,30
Ca	tatan:				
1	Peluang lebih besar	39			
	Ancaman	61			
2	Nilai Sumbu Y (Peluang-Ancaman)	(0,50)			

Strategi di Kuadran II

# 1. Dokumentasi

#### a. Lokasi Pernelitian



# b. Persiapan Lokasi Penanaman (pemasangan Patok)

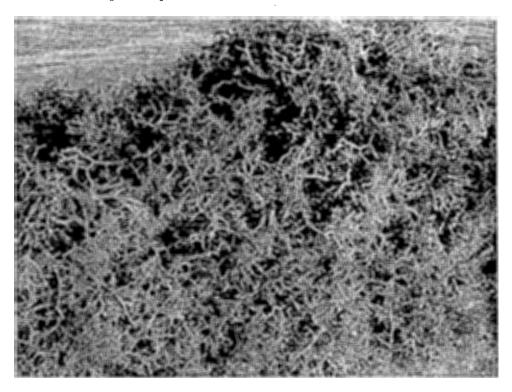


# c. Budidaya Rumput Laut Metode Patok Dasar





# d. Sakul rumput laut produsi Desa Kertasari



#### e. Wawancara





