e-ISSN: 2798 - 0782
Tarjih: Agribusiness Development Journal
https://jurnal-umsi.ac.id/index.php/agribisnis

Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Glacillaria Sp. di Kabupaten Sinjai

Megawati[1], Putra Astaman[1], Mirnatul Qinayah[1], Daeva Mubarika Raisa[1], Fadilah Nurdin[1], Ahmad Ahfandi[2]

[1]Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sinjai, Indonesia
[2]Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sinjai, Indonesia
Email: megawati.aisyah22@gmail.com

Corresponding Author: Megawati, Universitas Muhammadiyah Sinjai, Email: megawati.aisyah22@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu sentra pembudidayaan rumput laut di Provinsi Sulawesi Selatan adalah Kabupaten Sinjai. Berdasarkan data mengenai pendekatan nilai ekspor dan nilai produksi rumput laut diketahui terdapat margin dalam penetapan harga rumput laut ekspor di Indonesia serta terdapat adanya fluktuasi harga di tingkat petani. Oleh karena itu dinilai perlu untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pemasaran rumput laut melalui pendekatan analisis pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui efesiensi pemasaran rumput laut kering Glacillaria Sp. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan selama bulan Juni hingga September 2021. Responden penelitian terdiri dari petani responden yang berjumlah 60 orang dan 6 orang lembaga pemasaran. Penarikan responden dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data pada penelitian ini terdiri dari pendekatan analisis saluran dan lembaga pemasaran, Selain itu juga dilakukan analisis kuantitatif melalui pendekatan nilai margin pemasaran, farmer's share dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil analisis margin menunjukkan bahwa saluran I memiliki nilai margin pemasaran terkecil yaitu sebesar Rp 7.400 untuk jenis Glacillaria per kilogram rumput laut kering. Pada analisis farmer's share tertinggi yaitu sebesar 35,29 persen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran ke II dank ke III yang tercermin dari margin pemasaran dan farmer' share.

Kata Kunci : Rumput laut, efesiensi pemasaran.

ABSTRACT

One of the centers for seaweed cultivation in South Sulawesi Province is Sinjai Regency. Based on data regarding the export value approach and seaweed production value, it is known that there is a margin in determining the price of export seaweed in Indonesia and there are price fluctuations at the farm level. Therefore, it is considered necessary to determine its effect on seaweed marketing through a marketing analysis approach. This study aimed to determine the marketing efficiency of dry seaweed Glacillaria Sp. *in Sinjai Regency. This research was carried out in Sinjai Regency, South Sulawesi Province from June to September 2021. The research respondents consisted of 60 respondent farmers and 6 marketing institutions. Respondents were withdrawn using the purposive sampling method. This study's data analysis consisted of analyzing marketing channels and institutions. In addition, quantitative analysis was carried out through a marketing margin value approach, farmer's share, and marketing efficiency analysis. The result of the margin analysis shows that channel I have the smallest marketing margin value, which is Rp. 7,400 for* Glacillaria Sp. *per kilogram of dried seaweed. In the analysis of the highest farmer's share that is equal to 35.29 percent. Research results shows that marketing channel I am more efficient than marketing channel II and III which is reflected in marketing margin and farmer's share*

Keywords: Seaweed, marketing efficiency.

PENDAHULUAN

Sebagai negara maritim, Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat beragam, terdiri dari sumber daya hayati (terutama perikanan) dan sumber daya non hayati seperti pertambangan, perhubungan laut, industri maritim, dan pariwisata bahari. Kekayaan alam tersebut menjadi salah satu modal dasar yang harus dikelola dengan optimal untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat Indonesia. Hasil laut sangat signifikan membantu penghidupan masyarakat, terutama nelayan (Yaskun & Sugiarto, 2017). Potensi ini memberikan peluang yang besar untuk menambah pendapatan negara melalui kegiatan menjual atau ekspor ke negara lain. Komoditi ekspor yang potensial dikembangkan ialah rumput laut yang merupakan bagian terbesar dari jenis tanaman laut (Medho & Muhamad, 2017).

Produksi rumput laut Indonesia yang tumbuh di daerah tropis merupakan produksi terbesar di dunia. Kontribusi Indonesia dalam bahan baku juga telah diakui Internasional. Hal tersebut karena Indonesia memiliki wilayah potensial penghasil budidaya dan produksi rumput laut jenis Gracillaria sp. Jenis ini sangat penting peranannya sebagai stabilizer (penstabil), thickener (bahan pengental), pembentuk gel, dan pengemulsi. Jenis ini banyak dibudidayakan pada tambak atau empang dan merupakan sumber utama bagi agar-agar. Sifat ini banyak dimanfaatkan dalam industri makanan, obat-obatan, kosmetik, tekstil, cat, pasta gigi dan industri lainnya. Sejak tahun 2005, Indonesia telah menjadi penghasil rumput laut terbesar dengan jumlah produksi rumput laut basah setiap tahun yang terus meningkat (Akbar, 2014). Namun perdagangan rumput laut masih dijual dalam keadaan bahan baku mentah, hal menjadi prospek penting dalam pengembangannya kedepan (Juarsa, 2019).

Rumput laut Indonesia dikenal dengan kualitasnya yang baik dan banyak diminati oleh industri karena mengandung sumber keraginan, agar-agar dan alginate yang cukup tinggi dan cocok digunakan sebagai bahan baku industri makanan. Seiring bertambahnya permintaan dunia terhadap komoditas rumput laut sekarang ini, menjadikan Pemerintah Indonesia selalu mendorong budidaya serta industrialisasi rumput laut beserta produk turunannya. Hal terakhir sangatlah luar biasa sehingga menjadikannya diminati oleh berbagai negara di dunia. Hampir kurang lebih 555 jenis rumput laut di Indonesia dan sebagian besar produk-produk rumput laut telah diekspor sebagai rumput laut kering maupun olahan (Latama dan Tahang, 2018).

Sentra penghasil rumput laut salah satunya adalah Sulawesi Selatan yang menjadi komoditas unggulan di daerah ini (Mahatama & Farid, 2013). Kabupaten Sinjai termasuk yang mengunggulkan potensi rumput laut, dimana sebagian masyarakatnya telah banyak yang melakukan budidaya rumput laut. Hasil dari budidaya rumput laut tersebut mereka jual kepada pengumpul lokal yang khusus mengambil rumput laut di tempat tanpa harus membawa ke kota atau menjualnya langsung di pasar. Pekerjaan ini dilakukan oleh petani untuk mengurangi beban kehidupan sebagai kepala keluarga. Namun sebagian besar dikerjakan oleh ibu-ibu rumah tangga untuk membantu membiayai kebutuhan sekolah anaknya dan kebutuhan sehari-hari. Budidaya rumput laut sudah lama dilaksanakan oleh masyarakat, namun pemasaran hasil rumput laut masih dihadapkan pada berbagai masalah seperti lemahnya posisi tawar petani sehingga harga jual rumput laut lebih banyak ditentukan oleh pedagang tanpa banyak melibatkan petani selaku produsen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan pada bulan Juni hingga September 2021. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (purposive sampling) dengan pertimbangan bahwa wilayah ini mempunyai potensi besar untuk pengembangan budidaya rumput laut, dan berada di sebagian besar wilayah pesisir Kabupaten Sinjai, yang secara presisi petani rumput laut mampu memberikan gambaran data yang akan dicari secara rinci dan sesuai dengan tujuan penelitian, termasuk pedagang yang memiliki peranan penting dalam hal tata niaga rumput laut.

Penentuan responden penelitian dilakukan secara purposive sampling, dimana responden petani rumput laut berjumlah 60 orang. Para responden lembaga pemasaran dalam penelitian ini terdiri dari dua orang pedagang pengumpul, satu oarang agen perantara dan dua orang eksportir Responden lembaga pemasaran dalam penelitian ini merupakan lembaga pemasaran yang menjadi tujuan aliran rumput laut dari responden petani pada waktu penelitian dilakukan. Data penelitian dikumpulkan melalui metode survey dengan bantuan kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran yang dijabarkan sebagai berikut.

Rumus efisiensi pemasaran

(Ep) = TB/TNP X 100 %

Keterangan:

TB : total biaya pemasaran,

TNP: total nilai produk

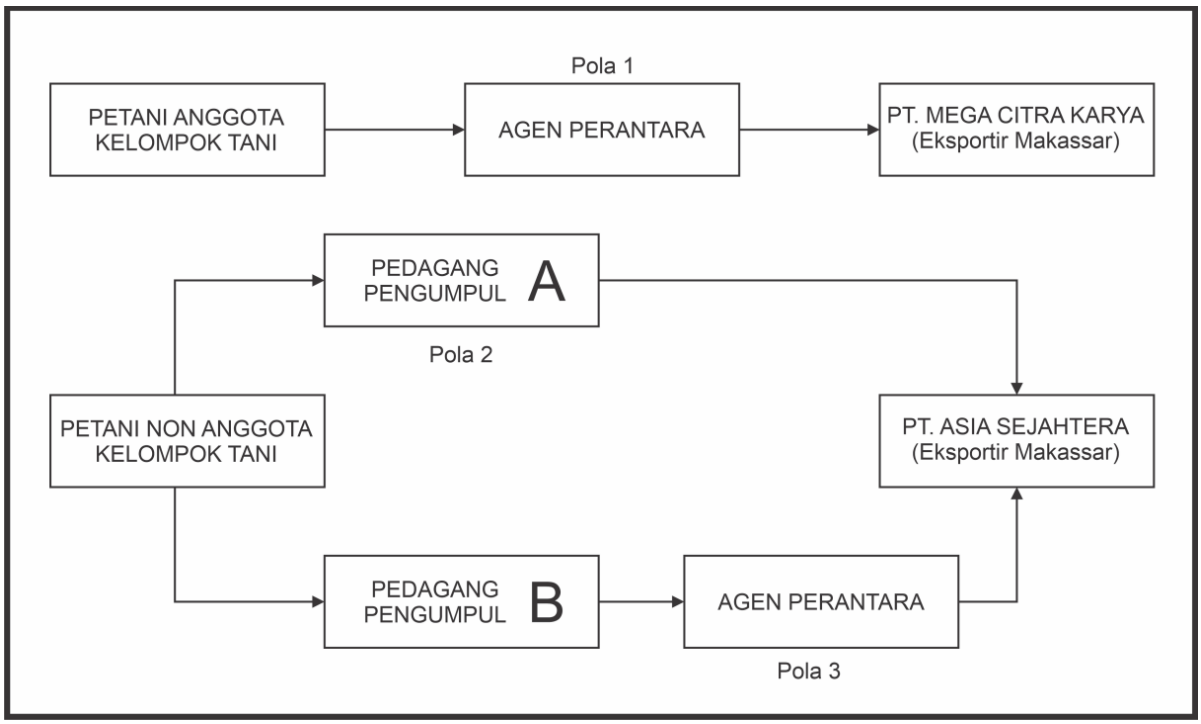
HASIL DAN PEMBAHASAN

Budidaya Rumput Laut

Kegiatan budidaya rumput laut di wilayah Kecamatan Sinjai Utara dan Kecamatan Sinjai Timur banyak dilakukan oleh petani di wilayah tambak. Metode yang digunakan oleh petani dalam melakukan budidaya rumput laut baik di Sinjai Timur maupun Sinjai Utara adalah dengan menggunakan metode sebar dasar. Hal ini mengingat kedua wilayah tambak tersebut merupakan perairan yang memiliki kondisi dasar perairan yang berpasir dan sedikit berlumpur. Penanaman rumput laut di kedua lokasi budidaya tidak menggunakan alat karena bibit langsung disebar ke dasar tambak. Hal berbeda yang dilakukan oleh petani rumput laut di Kecamatan Pulau Sembilan, mereka menggunakan alat berupa tali *polyethylen* yang dibentangkan sepanjang 2,5 – 3 m, yang di sepanjang tali tersebut diikatkan tali rafia dengan jarak di setiap ikatan sebesar 10 – 15 cm yang berfungsi untuk mengikat bibit rumput laut. Bibit yang digunakan oleh para petani rumput laut di lokasi penelitian, pada umumnya diperoleh dari sebagian hasil panen dengan kondisi baik yang selanjutnya dibudidayakan kembali.

Saluran Pemasaran Rumput Laut

Pemasaran rumput laut di Kabupaten Sinjai dari petani hingga Eksportir melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran rumput laut di Kabupaten Sinjai terdiri dari pedagang pengumpul, agen perantara (distributor) dan eksportir. Pada penelitian ini, lokasi budidaya rumput laut yang dijadikan lokasi penelitian adalah Wilayah Tambak di Kecamatan Sinjai Timurdan Sinjai Utara. Rumput laut yang diproduksi di wilayah ini merupakan produk yang ditujukan untuk pasar ekspor, sehingga dalam penelitian ini tidak dilakukan penelusuran hingga konsumen akhir. Skema saluran pemasaran rumput laut di Kabupaten Sinjai secara keseluruhan dapat dilihat pada Gambar 1 di masing-masing jenis rumput laut berikut.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Rumput Laut Glacillaria Sp.

Pada Gambar 1 dapat diketahui bahwa petani di wilayah tambak Kecamatan Sinjai Utara dan Sinjai Timur, para petani di wilayah ini melakukan penjualan rumput laut secara individu. Masing – masing petani menjual hasil rumput laut kering kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul selanjutnya akan menjual rumput laut kepada Pedagang Perantara, kemudian Pedagang Perantara menjual ke pihak eksportir namun ada juga petani individu langsung ke eksportir tentunya harga yang lebih murah dikarenakan kualitas tidak memenuhi standar. Berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan dapat diketahui bahwa terbentuk sebanyak tiga rantai pemasaran rumput laut, dimana para pemerannya dilakoni oleh petani, kelompok tani, pedagang (pengumpul dan perantara), perusahaan atau konsumen akhir, selanjutnya akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Petani anggota kelompok tani => agen perantara=> PT. Mega Citra Karya (eksportir makassar).
2. Petani non anggota kelompok tani => pedagang pengumpul A => PT. Asia Sejahtera (eksportir Makassar)
3. Petani non anggota kelompok tani => pedagang pengumpul B => agen Perantara => PT. Asia Sejahtera (eksportir Makassar)

   Rantai pemasaran yang terbentuk memperlihatkan rantai yang tidak begitu Panjang namun tetap memiliki kompleksitas yang proporsional, rantai yang sama terbentuk pada temuan penelitian lain di Kabupaten Buton selatan, rantai ini menyebar ke beberapa actor pemasaran yaitu pembudidaya/petani rumput laut, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan eksportir (Suryawati & Erlina, 2017).

Marjin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut

Pada penentuan efisiensi pemasaran rumput laut di Kabupaten Sinjai dilakukan penyetaraan standarisasi kualitas rumput laut kering pada setiap saluran pemasaran untuk membandingkan nilai efisiensi masing-masing saluran komponen yang diperhitungkan dalam menentukan nilai efisiensi pemasaran diperoleh dari hasil perhitungan pada kondisi kualitas rumput laut kering dengan kadar air sebesar 35%. Marjin pemasaran dihitung berdasarkan selisih harga jual petani terhadap harga beli konsumen (Ambarsari et al., 2014).

Tabel 1. Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Kering di Kabupaten Sinjai

Saluran Pemasaran	Harga Petani (Rp/Kg)	Harga Eksportir (Rp/Kg)	Marjin Pemasaran	Farmer's Share (%)
Saluran I : Rumput Laut Glacillaria Sp.	3.000	8.500	5.500	35,29
Saluran II : Rumput Laut Glacillaria Sp.	2.700	8.800	6.100	30,68
Saluran III : Rumput Laut Glacillaria Sp.	2.700	9.000	6.300	30

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2022.

Tabel 1 menyajikan data mengenai nilai efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yang terbentuk dengan kondisi produk rumput laut kering. Berdasarkan data tersebut efisiensi pemasaran untuk jenis Gracillaria sp., dapat dilihat dari nilai margin dan farmer's share yaitu:

a. Saluran I. Pada saluran ini margin dan farmer share's pada rumput laut jenis Gracillaria sp., sebesar Rp 5.500, farmer share's sebesar 35,29% jenis Gracillaria sp.

b. Saluran II. Pada saluran ini margin dan farmer share's pada rumput laut jenis Gracillaria sp., sebesar Rp 6.100, dan farmer share's sebesar 30,68%.

c. Saluran III. Pada saluran ini margin untuk jenis Gracillaria sp., sebesar Rp 6.300, dengan Farmer share's sebesar 30%.

Saluran pemasaran yang paling efisien dari ke tiga saluran di atas adalah saluran pemasaran I, karena semakin pendeknya saluran pemasaran yang digunakan semakin efisien pemasaran tersebut begitu pula sebaliknya.

KESIMPULAN

Saluran pemasaran rumput laut *Glacillaria Sp.* yang terbentuk dari petani hingga ke konsumen, melibatkan:

a. Petani anggota kelompok tani=> agen perantara => Eksportir Makassar.

b. Petani non anggota kelompok tani => pedagang pengumpul A => eksportir Makassar.

c. Petani non anggota kelompok tani => pedagang pengumpul B => agen perantara => eksportir Makassar.

Saluran pemasaran yang paling efisiensi ialah saluran pertama, dengan nilai marjin pemasaran Rp. 5.500 dan besaran farmer share 35,29%.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, A.F. (2014). Analisis Tingkat Produksi Petani Rumput Laut Di Kabupaten Jeneponto. Skripsi. Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Hasanuddin.

Ambarsari, W., Ismail, V. D. Y. B., & Setiadi, A. (2014). Volume 6 No. 2-September 2014. *Jurnal Agri Wiralodra*, *6*(2), 36–44. https://adoc.pub/queue/program-studi-agribisnis-fakultas-pertanian-universitas-wira.html

Juarsa, R. P. (2019). Analisis dan Strategi Untuk Mendukung Prospek Perdagangan Rumput Laut Indonesia. *Cendekia Niaga*, *3*(2), 51–60. https://doi.org/10.52391/jcn.v3i2.481

Latama, G., dan Tahang, H. (2018). Upaya Peningkatan Produksi dan Produktivitas Komoditas Rumput Laut Di Sulawesi Selatan. BI. Hal 53.

Mahatama, E., & Farid, M. (2013). Daya Saing dan Saluran Pemasaran Rumput Laut: Kasus Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, *7*(1), 55–72.

Medho, M. S., & Muhamad, E. V. (2017). Identifikasi Potensi Pengembangan Dan Tampilan Fisik Kimia Rumput Laut Di Beberapa Wilayah Perairan Ntt. *Partner*, *22*(2), 496. https://doi.org/10.35726/jp.v22i2.244

Suryawati, S. H., & Erlina, M. D. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Rumput Laut Di Kabupaten Buton Selatan Business Development Strategy of Seaweed in South Buton Regency. *J. Sosek KP*, *Vol. 12*(1), 31–44.

Yaskun, M., & Sugiarto, E. (2017). Analisis Potensi Hasil Perikanan Laut Terhadap Kesejahteraan Para Nelayan Dan Masyarakat Di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ekbis*, *17*(1), 9. https://doi.org/10.30736/ekbis.v17i1.70