

JURNAL

**ANALISIS PEMASARAN KERANG DARAH (*Anadara granosa*) HASIL
BUDIDAYA di KEPENGHULUAN PANIPAHAN DARAT
KECAMATANPASIR LIMAU KAPAS KABUPATEN ROKAN HILIR
PROVINSI RIAU**

OLEH

NURLINA



**FAKULTAS PERIKANAN DAN KELAUTAN
UNIVERSITAS RIAU
PEKANBARU
2018**

JURNAL

**ANALISIS PEMASARAN KERANG DARAH (*Anadara granosa*) HASIL
BUDIDAYA di KEPENGHULUAN PANIPAHAN DARAT
KECAMATANPASIR LIMAU KAPAS KABUPATEN ROKAN HILIR
PROVINSI RIAU**

DALAM BIDANG SOSIAL EKONOMI PERIKANAN

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
pada Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau*

OLEH
NURLINA
NIM : 1304115288

Di bawah Bimbingan:

Ir. Eni Yulinda, MP
Hazmi Arief, S.Pi, M.Si



FAKULTAS PERIKANAN DAN KELAUTAN
UNIVERSITAS RIAU
PEKANBARU
2018

**Analysis of Blood Cockles Marketing (*Anadara granosa*) Cultivation Results
in Kepenghuluan Panipahan Darat Pasir Limau Kapas Sub District
Rokan Hilir Regency Riau Province**

Nurlina¹⁾, Eni Yulinda²⁾, Hazmi Arief³⁾
Email : nurlinapasaribu95@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted in January 2017, located in Kepenghuluan Panipahan Darat Pasir Limau Kapas Subdistrict Rokan Hilir Regency Riau Province. The aims of this research are to find out the pattern of marketing channel of blood cockles (*Anadara granosa*) in Panipahan Darat, to analyze the cost, profit and margin of the marketing of blood cockles (*Anadara granosa*) in Panipahan Darat, to know the efficiency level of marketing of blood cockles (*Anadara granosa*) in Panipahan Darat. The method used in this research is survey method that is by doing direct observation. The number of shellfish cultivators as many as 11 cultivators and farmers' cultivation methods are census. While the sampling of merchants in snowball sampling that consists of 4 merchant collectors, 2 wholesalers and 3 retailers.

The results showed that there are three patterns of blood cockles marketing channels in Panipahan Darat Pasir Limau Kapas Sub-district of Rohil Regency. In channel I the total marketing cost is Rp 420 per kg, total marketing profit Rp 3,580 per kg, and marketing margin of Rp 4,000 per kg. While at marketing channel II total marketing cost 760 per kg, total marketing profit Rp 2,240 per kg, and marketing margin Rp 3,000 per kg. For marketing channel III total marketing cost Rp 1,100 per kg, total marketing profit Rp 3,900 per kg, and marketing margin Rp 5,000 per kg. Viewed from the economic marketing efficiency of the three existing marketing channels Kepenghuluan Panipahan Darat Pasir Limau Kapas Sub-district of Rohil Regency, the marketing channel II is the most efficient marketing channel of shellfish with a low marketing margin of 30% and has a high fisherman's share value of 70%.

Keywords: Analysis, cost, margin, Profit and marketing efficiency

¹⁾. Student in Faculty of Fisheries and Marine University of Riau

²⁾. Lecturer in Faculty of Fisheries and Marine University of Riau

**Analisis Pemasaran Kerang darah (*Anadara granosa*) Hasil Budidaya di
Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten
Rokan Hilir Provinsi Riau**

Nurlina¹⁾, Eni Yulinda²⁾, Hazmi Arief³⁾
Email : nurlinapasaribu95@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2017, berlokasi di Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*) di Panipahan Darat, Menganalisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*) di Panipahan Darat, Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*) di Panipahan Darat. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung. Jumlah pembudidaya kerang darah sebanyak 11 pembudidaya dan metode pengambilan responden pembudidaya adalah secara sensus. Sedangkan pengambilan sampel pedagang secara snowball sampling yaitu terdiri dari 4 pedagang pengumpul, 2 pedagang besar dan 3 pedagang pengecer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga pola saluran pemasaran kerang darah di Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir. Pada saluran I total biaya pemasaran adalah Rp 420 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.580 per kg, dan margin pemasaran Rp 4.000 per kg. Sedangkan pada saluran pemasaran II total biaya pemasaran 760 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 2.240 per kg, dan margin pemasaran Rp 3.000 per kg. Untuk saluran pemasaran III total biaya pemasaran Rp 1.100 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.900 per kg, dan margin pemasaran Rp 5.000 per kg. Dilihat dari efisiensi pemasaran secara ekonomi dari ketiga saluran pemasaran yang ada Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir maka saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran kerang darah yang paling efisien dengan margin pemasaran rendah yaitu 30 % dan mempunyai nilai fisherman's share tinggi yaitu 70 %.

Kata Kunci: Analisis, Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran

¹⁾ Mahasiswa pada Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

²⁾ Dosen pada Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

I. PENDAHULUAN

Produksi perikanan di Kabupaten Rokan Hilir sebagian besar berasal dari perikanan laut. Pada Tahun 2015, produksi perikanan tercatat sebanyak 33.847,46 ton dimana sebanyak 49.141 ton atau 98% merupakan hasil perikanan laut dan perairan umum sedangkan 1.089,76 ton 2% persen hasil dari perikanan budidaya. Bila dibandingkan dengan toat produksi ikan pada tahun sebelumnya yang berjumlah 47.551,81 ton berarti produksi perikanan mengalami penurunan sebesar 16,79 % (Pekab Rohil, 2016).

Profil pantai yang landai dengan kondisi substrat yang menjamin ketersediaan pasokan makanan alami secara kontinyu merupakan syarat yang ideal untuk dapat dilakukan kegiatan budidaya kekerangan. Salah satu biota kekerangan yang cukup potensial untuk dibudidayakan adalah kerang darah (*Anadara granosa*) (Sutiknowati, 2010). Kerang darah memiliki nilai ekonomis dan kandungan gizi yang tinggi. Salah satu daerah yang potensial itu adalah Panipahan yang terletak di kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir.

Pemasaran Kerang darah di Panipahan ini cukup tinggi dengan harga Rp 6000/kg kerang ukuran sedang dan Rp 8000/kg untuk kerang ukuran besar ditingkat pembudidaya. Sedangkan harga dipasarannya,

1.1 Latar Belakang

khususnya di tingkat konsumen bisa mencapai Rp 12.000/kg. Kerang darah dipasarkan ke pasar-pasar lokal di dalam dan diluar Kab. Rokan Hilir. Pemasaran Kerang darah ini sudah merambah ke Provinsi Sumatera Utara.

Dalam menjalankan usaha di bidang budidaya, pemasaran berperan penting karena akan mempengaruhi tinggi dan rendahnya pendapatan pembudidaya. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan yang dibayarkan konsumen kesemua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1). Mengetahui saluran pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*) dari produsen hingga ke konsumen; 2). Menganalisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*); dan 3). Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*).

II. METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2017, berlokasi di Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

2.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian.

2.3 Penentuan Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis responden yaitu pembudidaya dan pedagang. Populasi pembudidaya kerang darah sebanyak 11 orang. Penentuan responden yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengambilan responden secara sensus, sebab jumlah anggota populasi <100 orang. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2002), jika objek penelitian >100 orang maka diambil 10-15 % sebagai sampel sedangkan jika <100

Sedangkan pengambilan sampel pedagang secara *snowball sampling* yaitu terdiri dari 4 pedagang pengumpul, 2 pedagang besar dan 3 pedagang pengecer. (Sugiarto, 2001).

2.4 Analisis Data

Untuk mengetahui saluran pemasaran kerang darah (*Anadara granosa*) pada setiap lembaga pemasaran akan digunakan analisis deskriptif. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis (metode ini sering disebut dengan metode analitik) (Surakmad, 1994).

Untuk menganalisis pemasaran digunakan analisis kuantitatif. Untuk mengetahui biaya

pemasaran dan margin pemasaran di tingkat lembaga dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran (*cost margin analysis*) yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada tiap lembaga perantara pada berbagai saluran (Hasanah R.N, 2010).

- Biaya Pemasaran

Rumus : $B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$

Keterangan:

B_p : Biaya pemasaran kerang darah

B_{p1}, B_{p2}, B_{p3}.....B_{pn} : Biaya pemasaran tiap lembaga

- Keuntungan

Rumus : $K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$

Keterangan :

K_p:Keuntungan pemasaran kerang darah

K_{p1}, K_{p2}, K_{p3}.....K_{pn} : Keuntungan pemasaran tiap lembaga

- Margin Pemasaran

Rumus : $M = P_r - P_f$

Keterangan :

M : Margin

P_r : Harga kerang darah di tingkat konsumen

P_f : Harga kerang darah di tingkat produsen

Margin yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut:

$M = B_p + K_p$

Keterangan :

M : Margin

Bp : Biaya pemasaran kerang darah
Kp : Keuntungan pemasaran kerang darah

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran kerang digunakan analisis data sebagai berikut :

Efisiensi digunakan untuk mengetahui apakah pemasaran kerang darah di Panipahan efisien atau belum. Efisiensi ekonomi dari saluran pemasaran dapat dihitung dengan nilai presentase dari margin pemasaran dan presentase bagian yang diterima pembudidaya. Nilai presentase margin pemasaran dari tiap-tiap saluran pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

a. Margin Pemasaran

Pr-Pf

$$Mp = \left(\frac{\text{Pr-Pf}}{\text{Pr}} \right) \times 100 \%$$

Keterangan :

Mp : Margin pemasaran

Pr : Harga di tingkat konsumen

Pf : Harga di tingkat produsen

b. Bagian yang diterima produsen atau petani (fisherman's share)
Semakin besar bagian yang diterima petani maka pemasaran semakin efisien.

$$F = \left[1 - \frac{Mp}{Pr} \right] \times 100 \%$$

Keterangan :

F: Bagian yang diterima produsen/petani

Mp : Margin Pemasaran

Pr : Harga ditingkat konsumen

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa kerang darah dianggap efisien secara ekonomis adalah tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai persentase margin pemasaran yang rendah dan mempunyai nilai persentase bagian yang diterima produsen kerang darah yang tinggi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Saluran pemasaran

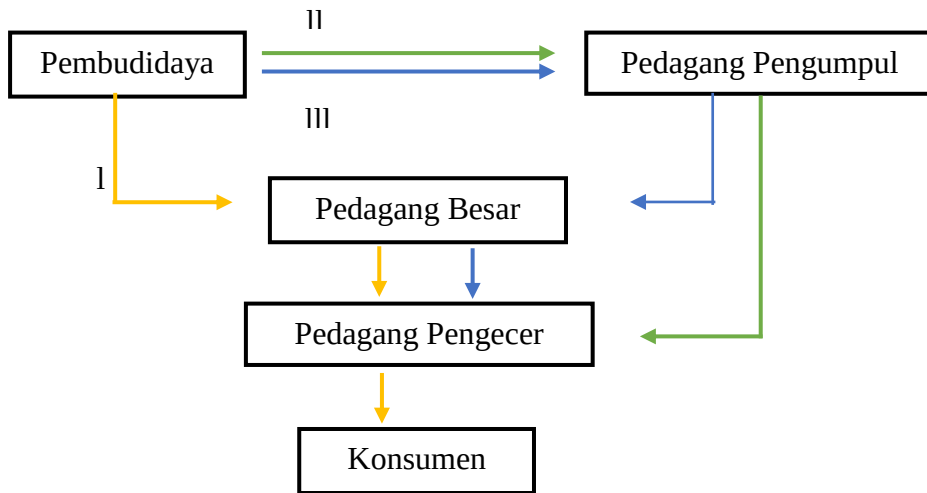
Saluran pemasaran dapat terbentuk dengan adanya perkumpulan beberapa lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Kecamatan Pasir Limau Kapas. Pengumpulan data untuk mengetahui informasi pemasaran kerang darah yang digunakan, diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran melalui wawancara dengan responden. Berikut ini merupakan gambar tipe saluran pemasaran I, II dan III yang digunakan pembudidaya kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Kecamatan Pasir Limau Kapas.

1. Pembudidaya → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen

2. Pembudidaya → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen.

3. Pembudidaya → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen

Secara skematis saluran pemasaran kerang darah dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: data primer

Gambar 1. Bentuk-bentuk Saluran Pemasaran Kerang Darah di Kepenghuluan Panipahan Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rohil

Keterangan : → = Saluran pemasaran I

→ = Saluran pemasaran II

→ = Saluran pemasaran III

Berdasarkan skema saluran pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan, pemasaran kerang darah melalui tiga saluran yaitu:

a. Saluran Pemasaran I

Pada pola saluran pemasaran I, pembudidaya menjual kerang darah ke pedagang besar. Penjualan dilakukan dengan cara pedagang besar mendatangi pembudidaya di rumahnya. Dalam hal ini pembudidaya yang menjual ke pedagang besar adalah pembudidaya yang melakukan penen dalam skala besar dan sudah berlangganan dengan pedagang besar. Pembayaran dilakukan secara bertahap mengingat jumlah uang yang akan dibayarkan sangat besar. Setelah itu pedagang

besar ini menjual kerang darah ini ke pedagang pengecer yang ada di panipahan, bagan siapi-api dan dumai seterusnya dijual ke konsumen.

b. Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran II, pembudidaya menjual kerang darah kepada pedagang pengumpul. Penjualan dilakukan dengan cara pedagang pengumpul mendatangi pembudidaya sesaat setelah panen. Pedagang pengumpul ini datang dari berbagai daerah seperti dari Ajamu, Rantau Parapat. Kemudian dari pedagang pengumpul, kerang darah langsung dijual kepada pedagang pengecer dengan cara pedagang pengecer mendatangi pedagang pengumpul, kemudian pedagang

pengecer menjual kerang darah di pasar-pasar tradisional dan pajak-pajak. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa saluran pemasaran ini merupakan saluran yang paling banyak digunakan pembudidaya. Saluran ini banyak digunakan oleh pembudidaya karena mereka lebih memilih menjual kerang darah langsung kepada pedagang pengumpul. Hal ini disebabkan pedagang pengumpul langsung membayarkan uang kerang darah tersebut dan harga yang ditawarkan juga lumayan tinggi.

c. Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III, pembudidaya menjual kerang darah kepada pedagang pengumpul. Penjualan dilakukan dengan cara pedagang pengumpul mendatangi pembudidaya sesaat setelah panen. Biasanya kerang darah yang didapatkan pedagang pengumpul ini hanya berkisar 200 kg/hari mengingat sarana dan prasarana yang bisa membawa kerang darah ini hanya kendaraan beroda dua. Pedagang pengumpul yang datang dari Sumatera Utara biasanya membawa kerang darah ini ke perbatasan Panipahan-Sumatera Utara untuk diserahkan kepada Pedagang Besar dan proses untuk membawa kerang darah sampai ketujuan adalah tanggung jawab Pedagang Besar. Untuk sampai ke tangan konsumen maka Agen ini akan menjual kerang darah ini ke Pengecer yang sudah berlangganan, dengan pengecer mendatangi agen.

Adapun jumlah pembudidaya berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan dalam mendistribusikan kerang darah, saluran pemasaran I merupakan saluran yang sedikit digunakan oleh pembudidaya, yaitu 18,18 % terdiri dari 2 orang pembudidaya. Saluran pemasaran II merupakan saluran yang banyak digunakan oleh pembudidaya sebesar 54,54 %. Saluran ini banyak digunakan pembudidaya karena harga yang ditawarkan pedagang pengumpul lebih tinggi dan proses pembayarannya juga cepat. Demikian saluran pemasaran III merupakan saluran yang kedua lebih banyak digunakan pembudidaya. Saluran ini banyak digunakan karena proses pembayaran yang cepat dan konstan.

3.2 Biaya, Margin dan Keuntungan Pemasaran

Proses mengalirnya kerang darah dari pembudidaya ke konsumen memerlukan biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan lebih tinggi harganya. Semakin panjang rantai pemasaran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan semakin meningkat. Berikut ini rata-rata biaya, keuntungan dan margin pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir pada pola saluran pemasaran.

Tabel 1. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Pada Pola Saluran Pemasaran I

No.	Uraian	Rp/Kg	(%)
1.	Pembudidaya		
	a. Harga jual dari pembudidaya	6.000	60
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Tenaga Kerja	1.000	10
	2. Biaya Kemasan	20	0,2
	Jumlah Biaya	1.020	10,2
	c. Harga yang diterima di tingkat pembudidaya	4.980	49,8
2	Pedagang Besar		
	a. Harga beli kerang darah	6.000	60
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Transportasi	200	2
	Jumlah Biaya	200	2
	c. Keuntungan Pemasaran	1.800	18
	d. Margin Pemasaran	2.000	20
	e. Harga jual	8.000	80
3.	Pedagang Pengecer		
	a. Harga beli kerang darah	8.000	80
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Transportasi	100	1
	2. Biaya kemasan	120	1,2
	Jumlah Biaya	220	2,2
	c. Keuntungan Pemasaran	1.780	17,8
	d. Margin Pemasaran	2.000	20
	e. Harga jual	10.000	100
4.	Konsumen		
	Harga beli konsumen	10.000	100
5	a. Total Biaya Pemasaran	420	4,2
	b. Total Keuntungan	3.580	36,8
	c. Total Margin Pemasaran	4.000	40
	d. Harga yang diterima pembudidaya (Fishermen share)		60

Sumber : Analisis data primer, 2017

Berdasarkan Tabel 1. pada saluran pemasaran I total biaya pemasaran pada saluran pemasaran I Rp 420 per kg. Biaya ini diperoleh dari penjumlahan dari tiap lembaga pemasaran dan total keuntungan dari saluran pemasaran I sebesar Rp 3.580 per kg sehingga marjin

pemasarannya sebesar Rp 4.000 per kg.

Marjin pemasaran ini diperoleh dari selisih dari harga beli konsumen dengan harga jual pembudidaya. Fishermen share adalah bagian yang diterima pembudidaya produsen, semakin

besar nilai fishermen share dan semakin kecil margin pemasaran maka pemasaran dapat dikatakan efisien. Pada saluran pemasaran I nilai fishermen share sebesar 60 % dan harga yang diterima konsumen sebesar Rp 10.000 per kg. Dengan melihat nilai fishermen share maka

saluran pemasaran I efisien secara ekonomi.

Berikut ini rata-rata biaya, keuntungan dan margin pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir pada saluran pemasaran II

Tabel 2. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Pada Pola Saluran Pemasaran II

No.	Uraian	Rp/Kg	(%)
1.	Pembudidaya		
	a. Harga jual dari pembudidaya	7.000	70
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Tenaga Kerja	1.000	10
	2. Biaya Kemasan	20	0,2
	Jumlah Biaya	1.020	10,2
	c. Harga yang diterima di tingkat pembudidaya	5.980	59,8
2	Pedagang Pengumpul		
	a. Harga beli kerang darah	7.000	60
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Transportasi	60	0,6
	Jumlah Biaya	60	0,6
	c. Keuntungan Pemasaran	940	9,4
	d. Margin Pemasaran	1.000	10
	e. Harga jual	8.000	80
3.	Pedagang Pengecer		
	a. Harga beli kerang darah	8.000	80
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Transportasi	400	4
	2. Biaya kemasan	300	3
	Jumlah Biaya	700	7
	c. Keuntungan Pemasaran	1.300	13
	d. Margin Pemasaran	2.000	20
	e. Harga jual	10.000	100
4.	Konsumen		
	Harga beli konsumen	10.000	100
5	a. Total Biaya Pemasaran	760	7,6
	b. Total Keuntungan	2.240	22,4
	c. Total Margin Pemasaran	3.000	30
	d. Hargayang diterima pembudidaya (Fishermen share)		70

Sumber : Analisis data primer, 2017

Berdasarkan Tabel 2. pada saluran pemasaran II total biaya pemasaran di peroleh dari penjumlahan biaya pedagang pengumpul dan biaya pedagang pengecer. Dari penjumlahan tersebut diperoleh total biaya pemasaran sebesar Rp 760 per kg. Keuntungan pemasaran juga diperoleh dari penjumlahan keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran yaitu sebesar 2.240 per kg dan total margin pemasaran adalah Rp 3.000 per kg.

Fisherman's share pada saluran pemasaran II adalah 70% dan harga di tingkat konsumen adalah sebesar Rp. 10.000 per kg. Dibandingkan dengan saluran I

margin pemasaran saluran II lebih rendah dan memiliki fisherman share yang tinggi. Sehingga saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomi dibandingkan dengan saluran pemasaran I. Hal ini berarti bahwa pembudidaya mendapatkan bagian yang lebih besar dari harga yang diterima oleh konsumen. Sehingga diharapkan pembudidaya dapat mensejahterakan keluarganya.

Berikut ini rata-rata biaya, keuntungan dan margin pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir pada saluran pemasaran III.

Tabel 3. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rokan Hilir Pada saluran Pemasaran III

No.	Uraian	Rp/Kg	(%)
1.	Pembudidaya		
	a. Harga jual dari pembudidaya	7.000	58,33
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Tenaga Kerja	1.000	8,33
	2. Biaya Kemasan	20	0,17
	Jumlah Biaya	1.020	8,5
	c. Harga yang diterima di tingkat pembudidaya	5.980	49,83
2	Pedagang Pengumpul		
	a. Harga beli kerang darah	7.000	58,33
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Transportasi	100	0,83
	Jumlah Biaya	100	0,83
	c. Keuntungan Pemasaran	900	7,5
	d. Margin Pemasaran	1.000	8,33
	e. Harga jual	8.000	66,67
3.	Pedagang Besar		
	a. Harga beli kerang darah	8.000	66,67
	b. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Transportasi	300	2,5
	Jumlah Biaya	300	2,5
	c. Keuntungan Pemasaran	1.700	14,16
	d. Margin Pemasaran	2.000	16,66
	e. Harga jual	10.000	83,33
4.	Pedagang Pengecer		
	f. Harga beli kerang darah	10.000	83,33
	g. Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Transportasi	400	3,33
	2. Biaya kemasan	300	2,5
	Jumlah Biaya	700	5,83
	h. Keuntungan Pemasaran	1.300	10,83
	i. Margin Pemasaran	2.000	16,66
	j. Harga jual	12.000	100
5.	Konsumen		
	Harga beli konsumen	12.000	100
6.	k. Total Biaya Pemasaran	1.100	9,17
	l. Total Keuntungan	3.900	32,5
	m. Total Margin Pemasaran	5.000	41,67
	n. Hargayang diterima pembudidaya (Fishermen share)		58,33

Sumber : Analisis data primer, 2017

Berdasarkan Tabel 3. pada saluran pemasaran III total biaya pemasaran di peroleh dari penjumlahan biaya pedagang pengumpul, pedagang besar dan biaya pedagang pengecer. Dari penjumlahan tersebut diperoleh total biaya pemasaran sebesar Rp 1.100 per kg. Keuntungan pemasaran juga diperoleh dari penjumlahan keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran yaitu sebesar Rp. 3.900 per kg dan total margin pemasaran adalah Rp 5.000 per kg.

Fisherman's share pada saluran pemasaran III adalah 58,33% dan harga di tingkat konsumen adalah sebesar Rp. 12.000 per kg. Dibandingkan dengan saluran I dan II margin pemasaran saluran III lebih tinggi dan memiliki fisherman's share yang rendah. Walaupun demikian, fisherman's share saluran

pemasaran III masih efisien karena lebih tinggi dari 50 %.

3.3 Efisiensi Pemasaran

Menurut Mubyarto (1995), sistem pemasaran dianggap efisien apabila dianggap mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran kerang darah secara ekonomis adalah dengan melihat margin dan bagian yang diterima pembudidaya (Fisherman's Share) pada setiap saluran pemasaran yang ada, dapat dilihat pada Tabel 4. dibawah ini.

Tabel 4. Efisiensi Saluran Pemasaran Kerang Darah di Kepenghuluan Panipahan Darat Kec. Pasir Limau Kapas Kab. Rokan Hilir

No.	Saluran Pemasaran	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1.	Harga di Tingkat Konsumen (Rp/kg)	10.000	10.000	12.000
2.	Total Biaya (Rp/kg)	420	760	1.100
3.	Total Keuntungan (Rp/kg)	3.580	2.240	3.900
4.	Margin Pemasaran (%)	40	30	41,67
5.	Fisherman's Share (%)	60	70	58,33

Sumber : Analisis data primer, 2017

Berdasarkan perhitungan dari rata-rata biaya, margin dan keuntungan pemasaran bahwa nilai fisherman's share ketiga saluran pemasaran tersebut berada diatas 50 %. Akan tetapi dari ketiga saluran tersebut berdasarkan tinggi

rendahnya margin pemasaran dan fisherman's share maka saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang paling efisien secara ekonomis di Kepenghuluan Panipahan Darat Kabupaten Rokan Hilir. Hal ini dikarenakan nilai fisherman's share dari saluran pemasaran II lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan saluran pemasaran III serta pada saluran pemasaran II biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran rendah, sehingga margin pemasarannya rendah. Walaupun dibandingkan biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I lebih sedikit dibandingkan saluran pemasaran II. Akan tetapi, dalam hal ini saluran pemasaran I memiliki total keuntungan yang besar dibandingkan saluran pemasaran II sehingga margin pemasaran pada saluran pemasaran I lebih besar juga.

Saluran pemasaran efisien secara ekonomis dapat dilihat dari nilai fisherman's share lebih dari 50 % (Hasanah R.N 2010).

Semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dan semakin panjang saluran pemasaran seperti saluran III maka akan menciptakan margin pemasaran yang tinggi (Widayanti. E 2009).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat Kecamatan Pasir Limau Kapas Kabupaten Rohil dapat diambil kesimpulan

1. Pemasaran kerang darah di Kepenghuluan Panipahan Darat terdapat tiga saluran pemasaran yaitu:
 - a. Pembudidaya → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen
 - b. Pembudidaya → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen
 - c. Pembudidaya → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen
2. Pada saluran I total biaya pemasaran adalah Rp 420 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.580 per kg, dan margin pemasaran Rp 4.000 per kg. Untuk saluran pemasaran II total biaya pemasaran 760 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 2.240 per kg, dan margin pemasaran Rp 3.000 per kg. Untuk saluran pemasaran III total biaya pemasaran Rp 1.100 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.900 per kg, dan margin pemasaran Rp 5.000 per kg.
3. Jika dilihat dari efisiensi pemasaran secara ekonomi dari ke tiga saluran pemasaran yang ada saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran kerang darah yang paling efisien dengan margin pemasaran

terendah yaitu Rp 3.000 per kg dan mempunyai nilai farmer's share tertinggi yaitu 70 %.

4.2 Saran

Dari ketiga saluran pemasaran kerang darah yang terdapat di Panipahan diharapkan kepada para pembudidaya agar menggunakan saluran pemasaran yang kedua yaitu saluran yang melibatkan 2 pedagang perantara yakni pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Saluran ini dianjurkan karena memiliki tingkat efisiensi pemasaran 70 % yang mana bagian yang diterima oleh pembudidaya lebih besar dibandingkan bagian yang diterima pedagang.

Diharapkan kepada pihak pemerintah setempat untuk menyediakan tempat atau gudang pendaratan kerang darah. Dalam hal ini, mencegah pedagang tidak banyak mengeluarkan biaya transportasi untuk mengelilingi panipahan darat sehingga biaya pemasaran akan berkurang dan harga kerang darah untuk tingkat konsumen relatif lebih murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. Metodologi penelitian. Yogyakarta: Bina Aksara. 116 hal.
- Hasanah, R.N. 2010. *Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah (Oreochromis sp) di Kabupaten Sukoharjo*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta
- [Http://www.rohilkab.go.id/potensi-3-Perikanan.html](http://www.rohilkab.go.id/potensi-3-Perikanan.html). Diakses pada tanggal 15 desember 2016 pukul 22.59 WIB.

- Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Prees. Malang.
- Sugiarto, 2001. Teknik Sampling. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Surakhmad, W. 1994. Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode dan Teknik. Tarsito. Bandung
- Sutiknowati, L.I. 2010. Budidaya Kekekangan *Strombus turturella* (Siput Gonggong) dan *Anadara granosa* (Kerang Darah) di Perairan Pesisir P. Pari. Pusat Penelitian Oseanografi LIPI. Jakarta.
- Widayanti, E. 2009. "Analisis Pemasaran Bunga Potong Anthurium". Skripsi. Faperta, Sosial Ekonomi, Program Studi Agribisnis, Universitas Brawijaya.