

**EFISIENSI PEMASARAN UDANG VANNAMEI (*Litopenaeus vannamei*)
DI DESA KANDANGSEMANGKON KECAMATAN PACIRAN, KABUPATEN LAMONGAN,
PROVINSI JAWA TIMUR**

Faisol Mas'ud dan Slamet Hariyanto

Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan
Jl. Veteran No. 53 A Lamongan

ABSTRAK

Penelitian ini untuk Mengetahui pendapatan usaha yang diterima pembudidaya Udang Vannamei dan menganalisis pola saluran pemasaran Udang Vannamei, fungsi pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat. Waktu dan Tempat Penelitian Pengumpulan data di lapang dilaksanakan mulai bulan September sampai dengan Oktober 2015 di Desa Kandangsemangkong Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Propinsi Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*) dengan Udang Vannamei satuan kasusnya adalah pedagang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran Udang di Desa Kandangsemangkong Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Studi kasus ini diharapkan bisa memberikan gambaran tentang kekhasan unit-unit studi yang menjadi subjek mendalam.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan total penerimaan rata-rata pembudidaya per tahun sebesar Rp 49.679.876. Total biaya rata-rata yang dikeluarkan pembudidaya Rp 40.876.987. Keuntungan rata-rata yang dihasilkan sebesar Rp 24.098.546. Keuntungan per musim tanam sebesar Rp 5.786.987. Terdapat tiga saluran pemasaran Udang Vannamei di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Saluran pertama melibatkan pembudidaya, pedagang pengumpul, pedagang pengecer luar kecamatan, rumah makan. Saluran kedua melibatkan pembudidaya, pedagang pengumpul dan pedagang eceran. Saluran ketiga melibatkan pembudidaya, pedagang pengumpul, pedagang pengumpul luar kecamatan, pedagang eceran luar kecamatan.

Key Word : *Efisisensi Pemasaran, Udang Vaname (Litopenaeus vanmme)*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagai negara agraris Indonesia memiliki banyak Pulau yang masih belum terkelola dengan baik, didalamnya terdapat berbagai sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu pemanfaatan potensi sumber daya kelautan juga dapat dijadikan pemasok devisa negara. Pemerintah menyadari betapa besarnya potensi yang dimiliki pada sektor kelautan. Laut juga dijadikan sebagai modal dasar pembangunan nasional.

Luas perairan umum di Indonesia saat ini kurang lebih 14 juta ha, meliputi 101,95 juta ha sungai dan rawa, 1,78 juta ha danau alam, serta 0,03 juta ha danau buatan. Di perairan tersebut hidup bermacam-macam jenis ikan. Hal ini, merupakan potensi alami yang sangat bagus untuk pengembangan usaha perikanan di Indonesia. Potensi-potensi lain yang sangat mendukung usaha bisnis perikanan, antara lain budidaya ikan laut dengan sistem krama, budidaya ikan air tawar dengan sistem kolam, sistem krama di danau alam

atau buatan dan budidaya ikan air payau dengan sistem tambak. Menurut data dari Direktorat Jendral Perikanan (2007) luas lahan di sekitar pantai yang memungkinkan untuk dikembangkan menjadi tambak sekitar 600.000 – 985.000 ha dengan perhitungan maksimal 20 % hutan bakau di Indonesia dapat dibuka menjadi tambak. Sebagian besar lahan hutan bakau ini berlokasi diluar Pulau Jawa. Adapun luas tambak di seluruh Indonesia sampai Tahun 2004 adalah 328,758 ha dimana 60 % berada di Pulau Jawa (Mudjiman, 2001)

Berdasarkan survey pendahuluan, Kecamatan Paciran merupakan sentra penghasil Udang Vannamei di Provinsi Jawa Timur. Jumlah udang air tawar yang dihasilkan Kecamatan Paciran pada tahun 2007 berjumlah 3.071,4 ton. Kecamatan Paciran menyumbangkan produksi Udang Vannamei terbanyak dibandingkan dengan jumlah ikan yang lainnya yaitu sebesar 2.084,9 ton atau 31,4% dari jumlah total ikan. Jumlah ini menempati urutan pertama dibandingkan dengan kecamatan yang lain. Kondisi air yang bagus, lingkungan yang baik serta pengalaman secara turun-temurun,

menjadikan hampir keseluruhan masyarakat Kecamatan Paciran bermata pencaharian sebagai pembudidaya ikan. Potensi perikanan budidaya Kecamatan Sambeng sebagai sentra produksi Udang Vannamei memerlukan informasi pasar dan identifikasi pasar untuk mengetahui ke mana, bagaimana, kapan dan kepada siapa produk akan dipasarkan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengamati efisiensi pemasaran produksi perikanan terutama pada pemasaran Udang Vannamei.

Tujuan penelitian

1. Tujuan Penelitian adalah Mengetahui pendapatan usaha yang diterima pembudidaya Udang Vannamei.
2. Menganalisis pola saluran pemasaran Udang Vannamei, fungsi pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*) dengan Udang Vannamei satuan kasusnya adalah pedagang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran Udang di Desa Kandangsemangon Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Studi kasus ini diharapkan bisa memberikan gambaran tentang kekhasan unit-unit studi yang menjadi subjek mendalam.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sejumlah data yang diperoleh melalui observasi langsung di lapang (Singarimbun dan Effendi 1989). Data primer diperoleh melalui kuesioner dan wawancara dengan pembudidaya, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, pemilik kolam pemancingan dan pemilik rumah makan. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui informasi pustaka.

Metode Pengambilan Contoh

Pengambilan responden pembudidaya dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). *Purposive sampling* adalah metode pengambilan responden yang dilakukan sengaja tetapi dengan pertimbangan tertentu (Made 2006).

Pertimbangan dalam penelitian ini dalah pembudidaya yang telah melakukan usahanya minimal satu tahun. Berdasarkan pertimbangan statistik jumlah responden yang akan diambil berjumlah 20 orang (Walpole 1982). Penarikan responden terhadap beberapa kelompok pedagang

perantara dilakukan dengan cara *snowball sampling*, dimana sampel ditentukan berdasarkan keterangan yang diperoleh dari sampel unit yang dapat lebih menunjang tujuan penelitian yang bersangkutan. Jumlah sampel pedagang perantara sebanyak 13 orang dan pedagang pecele lele sebanyak 3 orang.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis dilakukan dengan mengadakan saluran dan lembaga pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, struktur dan perilaku pasar, keragaan pasar, margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan terhadap biaya dan analisis pendapatan usaha

Analisis Pendapatan Usaha

Pendapatan adalah selisih antara total penerimaan dan total pengeluaran. Penerimaan total adalah nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu (Lipsey dan Richard 1995). Pengeluaran total usaha adalah semua nilai input yang dikeluarkan dalam proses produksi. Rumus penerimaan total, biaya dan pendapatan adalah :

$$\text{Keuntungan (II)} = \text{Total Penerimaan} - \text{Total Biaya}$$

Nilai total penerimaan lebih besar dari total biaya ($TR > TC$) usaha tersebut menguntungkan. Nilai total penerimaan kurang dari total biaya ($TR < TC$) usaha tersebut rugi.

Analisis Rasio Penerimaan Terhadap Biaya (R-C Ratio)

Analisis R-C ratio adalah perbandingan antara penerimaan dan biaya (Soekartawi 1995). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil yang diperoleh dari kegiatan usaha selama periode tertentu cukup menguntungkan. Rumus R - C rasio, secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut :

$$R - C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Pengeluaran}} \times 100 \%$$

Dimana : R = Revenue (Penerimaan)

C = Cost (Biaya)

Total biaya yang diperhitungkan dalam perhitungan dalam perhitungan R- C rasio, meliputi biaya tunai dan biaya. Rasio R - C menunjukkan besarnya penerimaan untuk setiap

rupiah biaya yang akan dilakukan dalam budidaya Udang Vannamei. Semakin tinggi nilai R-C ratio, maka semakin menguntungkan usaha tersebut.

$$\pi / C = \frac{KPi}{BPi}$$

Analisis Lembaga dan Saluran Pemasaran

Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran yang ada untuk mengetahui proses penyampaian produk dari tangan produsen ke konsumen. Selain itu, melalui analisis saluran dan lembaga pemasaran dapat dilihat fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Dengan analisis lembaga pemasaran ini dapat dilihat sejauh mana peran lembaga pemasaran dalam menjaga mutu produk sebelum sampai ke tangan konsumen (Limbong dan Sitorus 1987).

Analisis Struktur pasar

Analisis struktur pasar Udang Vannamei dilihat berdasarkan saluran pemasaran, keadaan produk yang diperdagangkan, pengetahuan konsumen akan harga dan biaya serta mudah tidaknya keluar atau masuk dari pasar. Struktur pasar dapat diketahui dengan melihat jumlah penjual atau pembeli yang terlibat, keadaan atau sifat produk, informasi pasar, serta hambatan untuk masuk dan keluar dari pasar (Sudiyono 2001)

Analisis Perilaku Pasar

Perilaku pasar Udang Vannamei dapat dianalisis dengan mengamati praktek penjualan dan pembelian, sistem penentuan dan pembayaran harga, dan kerjasama diantara lembaga-lembaga pemasaran. Perilaku pasar akan sangat jelas pada saat beroperasi, misalkan dalam penentuan harga, promosi usaha, pangsa pasar, penjualan, siasat pemasaran dan lain sebagainya (Dahl dan Hammond 1977).

Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Analisis ini digunakan untuk mengetahui penyebaran rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing lembaga pemasaran. Tingkat efisiensi sebuah sistem pemasaran juga dapat dilihat dari rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Semakin meratanya rasio keuntungan terhadap pemasaran, maka secara teknis (operasional) sistem pemasaran tersebut semakin efisien. Rasio keuntungan dan biaya dalam Hanapi (2006) dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan :

KPi = Keuntungan lembaga pemasaran (Rp/kg)

BPi = Biaya pemasaran (Rp/kg)

Nilai Π/C lebih dari satu ($\Pi/C > 1$), maka usaha tersebut efisien dan apabila Π/C kurang dari satu ($\Pi/C < 1$) maka kegiatan tersebut tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Pembudidaya Udang Vannamei

Pembudidaya Udang Vannamei yang diwawancara sebanyak 30 orang. Pembudidaya Udang Vannamei di Kecamatan Paciran terbagi menjadi dua kelompok berdasarkan keikutsertaannya dalam kelompok pembudidaya ikan (pokdakan). Pembudidaya yang masuk dalam kelompok sebanyak 15 orang atau 50% dan pembudidaya yang tidak masuk kelompok sebanyak 15 orang atau 50% dari jumlah total responden yang diwawancara.

Tabel 1. Karakteristik Pembudidaya Berdasarkan Tingkat Pendidikan, Mata Pencaharian, Umur dan Luas Kolam Tahun 2014

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1. Tingkat pendidikan		
• SD	7	16,67
• SMP	10	63,33
• SMU	13	10,00
Total	30	100,00
2. Mata Pencaharian		
• Pembudidaya	25	86,66
• Pedagang	2	6,67
• Perangkat Desa	3	6,67
Total	30	100,00
3. Tingkat umur		
• 25 – 30	10	30,00
• 31 – 40	14	40,00
• 41 – 50	5	16,67
• 51 ke atas	1	6,67
Total	30	100,00
4. Luas kolam		
• 1000 – 2000	16	46,67
• 2000 – 3000	8	26,67
• 3000 – 4000	2	23,33
Total	30	100,00

Sumber : diolah

Berdasarkan Tabel 1, Pembudidaya Udang Vannamei memiliki tingkat pendidikan yang rendah hanya menempuh pendidikan sekolah dasar (SD) yaitu sebanyak 7 orang atau 16,67% dari jumlah total responden yang diwawancarai. Pembudidaya Udang Vannamei rata-rata menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 10 orang atau 63,33% dari jumlah total responden. Pendidikan mayoritas pembudidaya tidak menjadikan adanya kemampuan mempengaruhi penjualan kepada pengumpul. Karena keterikatan dan juga tidak tersedianya modal untuk melakukan pemasaran secara langsung. Responden yang menjadikan budidaya Udang Vannamei sebagai pekerjaan utama sebanyak 25 orang atau 86,67%. Jumlah tanggungan berkisar antara 1-6 orang. Umur pembudidaya berkisar antara 24-50 tahun. Pembudidaya yang mempunyai luas kolam 1000-2000 m² sebanyak 16 orang atau 46,67% dari jumlah keseluruhan responden, sedangkan jumlah responden yang memiliki luas kolam 3000-4000 m² berjumlah 2 orang atau 3,33%.

Karakteristik Pedagang Perantara

Pedagang perantara di Kecamatan Paciran terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang pengumpul luar kecamatan, pedagang pengecer dan

pedagang pengecer luar kecamatan. Pedagang pengumpul adalah orang yang aktif membeli dan mengumpulkan barang dari produsen (pembudidaya) di daerah produksi dan menjualnya kepada pedagang perantara berikutnya dan jarang menjualnya kepada konsumen akhir (Hanafiah dan Saefudin 1986). Pedagang pengumpul luar kecamatan adalah orang yang membeli dari pengumpul dan menjualnya dalam jumlah lebih kecil kepada pedagang eceran. Pedagang eceran adalah perantara yang menjual barang-barang dalam jumlah kecil secara langsung kepada konsumen akhir.

Berdasarkan Tabel 2, jumlah pedagang perantara yang menjadi responden sebanyak 11 orang terdiri dari pedagang pengumpul 3 orang, pedagang pengecer 5 orang, pemilik kolam pemancingan 3 orang. Umur pedagang berkisar antara 25 – 55 tahun, jumlah tanggungan keluarga antara 1 – 11 orang. Berdasarkan tingkat pendidikan SMA 8 orang, Diploma 1 orang dan Sarjana 3 orang. Pedagang pengecer berpendidikan sarjana memiliki kemampuan usaha yang lebih tinggi. Karena selain memiliki lapak di pasar sebagai tempat penjualan ikan, juga memiliki kolam budidaya Udang Vannamei.

Tabel 2. Umur, Jumlah Tanggungan dan Tingkat Pendidikan Pedagang Perantara Tahun 2014

Pedagang Perantara	Umur (Tahun)	Jumlah Tanggungan	Pendidikan			Jumlah (Orang)
			SMA	Diploma	Sarjana	
Pedagang pengumpul	30-37	4-6	4		1	5
Pedagang pengecer	25-30	2-11	2		1	3

Sumber: Diolah

Karakteristik Pedagang Rumah Makan

Jumlah pedagang rumah makan yang menjadi responden sebanyak 3 orang. Umur pedagang rumah makan berkisar antara 31-66 tahun, jumlah tanggungan keluarga 2-5 orang. Berdasarkan tingkat pendidikannya, ketiga responden menempuh pendidikan sampai tingkat SMA. Pedagang rumah makan yang menjadi responden menjadikan rumah makan sebagai pekerjaan utama

Analisis Usaha Pembudidaya Udang Vannamei
Analisis Pendapatan Usaha

Analisis pendapatan usaha pembudidaya Udang Vannamei bertujuan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh dari usaha yang dilakukan. Pendapatan usaha diperoleh dari selisih antara total penerimaan dengan total biaya dalam satu tahun. Total biaya yang dimaksud adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam usaha budidaya Udang Vannamei untuk menghasilkan produksi dalam satu tahun. Total penerimaan merupakan perkalian antara jumlah produk yang dihasilkan dengan harga produk.

Tabel 3. Total Penerimaan, Biaya, Keuntungan, dan Keuntungan per Musim Tanam Budidaya Udang Vannamei Kecamatan Paciran

Keterangan	Total (Rp)	Rata-rata (Rp/orang)	Maksimum (Rp)	Minimum (Rp)
Penerimaan	1.430.290.000	49.679.876	104.500.000	21.670.000
Biaya	875.693.880	40.876.987	70.900.000	11.234.850
Keuntungan	568.987.570	24.098.546	38.879.550	9.087.150
Keuntungan per musim tanam	186.165.890	5.786.987	9.876.678	2.260.870

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa total penerimaan rata-rata budidaya Udang Vannamei dalam satu tahun sebesar Rp 49.679.876. Total biaya rata-rata sebesar Rp 40.876.987. Sehingga diperoleh keuntungan rata-rata sebesar Rp 24.098.546 per tahun. Keuntungan rata-rata yang diperoleh pembudidaya dari satu musim tanam sebesar Rp 5.786.987.

Analisis Rasio Penerimaan Terhadap Biaya (R/C)

Analisis imbalan penerimaan dan biaya (R/C) bertujuan untuk melihat seberapa jauh setiap rupiah biaya yang digunakan dalam kegiatan usaha dan untuk melihat usaha untung, rugi, atau tidak untung dan tidak rugi (impas).

Tabel 4. Rentang Rasion Keuntungan dan Biaya Pembudidaya

Luas Kola (m ²)	R/C Terkecil – R/C Terbesar
1500	1.48 – 1.94
1600	1.43 – 1.43
1800	1.85 – 1.85
2000	1.47 – 1.67
2500	1.13 – 1.93
2800	1.92 – 1.92
3000	1.29 – 1.96
3200	1.78 – 1.78
3500	1.47 – 1.55
4000	1.63 – 1.63

Sumber : diolah

Berdasarkan Tabel 4, nilai R/C dari masing-masing pembudidaya Udang Vannamei memperoleh R/C lebih dari 1 artinya usaha budidaya Udang Vannamei menguntungkan. R/C terbesar yang terdapat pada pembudidaya dengan luas kolam 300 m² yaitu sebesar 1,96 artinya setiap satu rupiah biaya yang digunakan dalam usaha akan menghasilkan penerimaan Rp.1,96. Sedangkan R/C terkecil yang terdapat pada pembudidaya dengan

luas kolam 2500 m² yaitu sebesar 1,13 yang artinya setiap satu rupiah biaya yang digunakan dalam usaha akan menghasilkan penerimaan Rp.1,13.

Pembudidaya dengan luas kolam 3000 m² dapat memaksimalkan produksi dari volume luas kolamnya dengan biaya yang lebih rendah dari luas kolam diatasnya, sehingga memperoleh R/C terbesar. Sedangkan pembudidaya dengan luas kolam 2500 m² walaupun mengeluarkan biaya yang rendah tetapi tidak memaksimalkan volume produksinya sehingga memperoleh R/C terkecil.

Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Udang Vannamei

Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran dan Fisher’s Share Saluran 1

Pada saluran 1 perantara yang terlibat terdiri dari pembudidaya, pedagang pengumpul, pedagang pengecer luar kecamatan, dan rumah makan. Saluran pemasaran 1 mempunyai saluran yang lebih panjang dari pada saluran yang lainnya karena melibatkan 4 pedagang perantara. Pembudidaya menjual Udang Vannamei ke pedagang pengumpul dengan harga jual rata-rata Rp 45.000,00 per kg. Pedagang pengumpul mendapatkan margin pemasaran rata-rata sebesar Rp 1833,33 per kg. Pedagang luar kecamatan menjual kepada pedagang eceran luar kecamatan dengan harga rata-rata Rp.47.750,00 per kg sehingga memperoleh marjin pemasaran rata-rata sebesar Rp.2.000,00. Pedagang eceran luar kecamatan pada saluran 1 menjual ke konsumen rumah makan dengan harga rata-rata Rp.17.666,67 per kg dan memperoleh marjin pemasaran rata-rata Rp.833,3 per kg.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya terminal dan biaya transportasi. Biaya terminal yang dikeluarkan rata-rata sebesar Rp.234,11 per kg yang terdiri dari upah, plastik dan oksigen. Biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengumpul rata-rata sebesar

Rp 97,92 per kg. pengumpul luar kecamatan mengeluarkan biaya terminal untuk upah, plastik dan oksigen rata-rata sebesar Rp 479,17 per kg. Biaya transportasi rata-rata yang dikeluarkan sebesar Rp 375,00. Biaya terminal dan biaya transportasi juga dikeluarkan oleh pedagang pengecer.

Biaya terminal yang terdiri dari uang sampah, keamanan dan listrik rata-rata sebesar Rp 31,3 per kg, sedangkan untuk biaya transportasi sebesar Rp 91,11 per kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pemilik rumah makan terdiri dari biaya terminal untuk upah, listrik, dan keperluan dapur rata-rata sebesar Rp 2.035,18 per kg dan biaya transportasi yang dikeluarkan rata-rata Rp 63,71 per kg. Total margin pada keseluruhan pedagang perantara di saluran 1 sebesar Rp 24.833,33. Total keuntungan yang diperoleh pedagang perantara adalah Rp7.992,45, sedangkan bagian yang diterima oleh pembudidaya (farmer's share) pada saluran 1 sebesar 34,91%.

Tabel 5. Distribusi Margin Udang Vannamei Pada Saluran Pemasaran 1

Lembaga Pemasaran	RP/Kg
Pembudidaya	
Harga Jual	45.000
Pengumpul	
Harga Beli	47.500
Harga Jual	49.000
Biaya Transportasi	97,92
Biaya Terminal	234,11
Biaya Margin	650.00
Keuntungan	1.750
Rasio Keuntungan	767.97
Rasio Keuntungan dan Biaya	86,29
Pengecer Luar Kecamatan	
Harga Beli	49.000
Harga Jual	51.000
Biaya Transportasi	91.11
Biaya Terminal	31.30
Biaya Penyusunan Bobot	428,89
Biaya Margin	1.166,66
Keuntungan	615.36
Rasio Keuntungan dan Biaya (%)	176.30
Rumah Makan	
Harga Beli	51.000
Harga Jual	55.000
Biaya Transportasi	451.07
Biaya Terminal	13.660,65
Margin	19,833.33
Keuntungan	5721.61

Rasio Keuntungan dan Biaya	43,38
Total Margin	21,649,99
Total Keuntungan	8,086.97
Fisher's Share	34.36

Sumber: diolah

Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran dan Fisher's Share Saluran 2

Jumlah pedagang perantara yang terlibat dalam kegiatan pemasaran di saluran 2 adalah 3 orang yang terdiri dari pembudidaya, pedagang pengumpul, pedagang pengecer. Pada saluran ini, Udang Vannamei dipasarkan hanya ke wilayah Kecamatan Paciran saja tidak sampai keluar kecamatan. Pada saluran 2, pembudidaya menjual Udang Vannamei kepada pedagang pengumpul dengan harga jual Rp. 45.000,00 per kg. Pedagang pengumpul kemudian menjual kepada pedagang pengecer dengan harga Rp.47.500,00 per kg. Pedagang pengumpul mendapatkan margin sebesar Rp.1.500,00 per kg. Udang Vannamei oleh pedagang pengecer dijual langsung ke konsumen dengan harga Rp.55.000,00 per kg. Margin yang diterima oleh pedagang pengecer atas penjualannya ke konsumen sebesar Rp.1.500,00 per kg.

Pedagang perantara pada saluran 2 mengeluarkan biaya-biaya untuk memasarkan Udang Vannamei. Pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi, biaya terminal dan juga penyusutan bobot. Biaya transportasi yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 97,92, per kg, sedangkan biaya terminal yang terdiri dari upah pekerja, plastik, dan oksigen yang dikeluarkan sebesar Rp. 234,11 per kg. Penyusutan bobot yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul Rp 650 per kg. Keuntungan yang diterima oleh pedagang pengumpul sebesar Rp.517,97 per kg, rasio keuntungan dan biaya sebesar 52,74%. Pedagang pengecer mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp.311,11 dan biaya terminal yang dikeluarkan sebesar Rp.73,48 per kg. Biaya terminal yang dikeluarkan pedagang pengecer terdiri dari uang keamanan, uang sampah dan uang listrik. Pedagang pengecer mendapatkan keuntungan sebesar Rp.843,19 per kg, dan rasio keuntungan dan biaya yang diperoleh sebesar 128,38%.

Berdasarkan Tabel 6, menjelaskan total margin yang diterima pedagang perantara adalah sebesar Rp.3.000,0 per kg. Keuntungan total yang diterima adalah sebesar Rp.1.361,16 per kg. Farmer's share atau bagian yang diterima oleh pembudidaya pada saluran 2 adalah 89,66%.

Distribusi Margin Udang Vannamei Pada Saluran Pemasaran 2

Lembaga Pemasaran	RP/Kg
Pembudidaya	
• Harga Jual	45.000
Pengumpul	
• Harga Beli	46.500
• Harga Jual	47.500
• Biaya Transportasi	97,92
• Biaya Terminal	234,11
• Biaya Penyusunan Bobot	650
• Biaya Margin	1,500
• Keuntungan	517,97
• Rasio Keuntungan dan Biaya	52,74
Pengecer	
✓ Harga Beli	49.000
✓ Harga Jual	51.000
✓ Biaya Transportasi	311,11
✓ Biaya Terminal	73,48
✓ Penyusunan Bobot	272,22
✓ Margin	1,500
✓ Keuntungan	843,19
✓ Rasio Keuntungan dan Biaya	128,38
Total Margin	3000
Total Keuntungan	1.361,16
Fish's Share	89,66

Sumber: diolah

Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran dan Fisher's Share pada Saluran 3

Pada saluran 3, pedagang perantara yang terlibat adalah pembudidaya, pedagang pengumpul, pedagang pengumpul luar kecamatan dan pedagang pengecer. Berdasarkan Tabel 6, Biaya pemasaran yang harus dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul luar kecamatan terdiri dari biaya transportasi, biaya terminal dan biaya penyusutan bobot. Biaya terminal merupakan biaya yang dikeluarkan hingga Udang Vannamei siap angkut yang terdiri dari upah pekerja, plastik dan oksigen. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer meliputi biaya transportasi dan biaya terminal. Biaya terminal yang dikeluarkan meliputi uang keamanan, uang kebersihan dan uang listrik.

Tabel 6. Distribusi Margin Udang Vannamei Pada Saluran Pemasaran 3

Lembaga Pemasaran	RP/Kg
Pembudidaya	
Harga Jual	43.000
Pengumpul	
Harga Beli	45.000

Harga Jual	47.500
Biaya Transportasi	97,92
Biaya Terminal	234,11
Biaya Penyusunan Bobot	650
Margin	2.000
Keuntungan	1.017,97
Rasio Keuntungan dan Biaya (%)	103,66
Pedagang Pengumpul Luar Kecamatan	
Harga Beli	47.500
Harga Jual	50.000
Biaya Transportasi	375
Biaya Terminal	479,17
Biaya Penyusunan Bobot	739,17
Margin	2.000
Keuntungan	406,66
Rasio Keuntungan dan Biaya	25,52
Pengecer Luar Kecamatan	
Harga Beli	50.000
Harga Jual	55.000
Biaya Transportasi	91,11
Biaya Terminal	31,30
Penyusunan Bobot	428,89
Biaya Margin	1.000
Keuntungan	448,61
Rasio Keuntungan dan Biaya (%)	81,37
Total Margin	5.000
Total Keuntungan	1.873,24
Fish's Share	72,22

Sumber: diolah

Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer meliputi biaya transportasi dan biaya terminal. Biaya terminal yang dikeluarkan meliputi uang keamanan, uang kebersihan dan uang listrik. Pembudidaya menjual Udang Vannamei kepada pedagang pengumpul adalah sebesar Rp.13.000,00 per kg. Harga jual yang ditetapkan pedagang pengumpul ke pedagang pengumpul luar kecamatan adalah sebesar Rp.15.000,00 per kg, dan mendapatkan margin sebesar Rp.2.000,00 per kg. Biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp.7,92 per kg, sedangkan untuk biaya terminal sebesar Rp 234,11 per kg. Biaya penyusutan bobot yang dikeluarkan sebesar Rp.650,00 per kg. Pedagang pengumpul mendapatkan keuntungan sebesar Rp.1.017,97 per kg dan rasio keuntungan dan biaya 103,66%.

Pedagang luar kecamatan menjual Udang Vannamei dengan harga sebesar Rp.17.000,00 per kg kepada pedagang pengecer luar kecamatan. Margin dan keuntungan yang diterima oleh

pedagang pengumpul luar kecamatan masing-masing Rp.2.000,00 per kg dan Rp.406,66 per kg. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul luar kecamatan untuk biaya transportasi sebesar Rp 37 per kg. Biaya terminal dan penyusutan bobot masing-masing sebesar Rp.479,17 per kg dan Rp.793,17 per kg.

Rasio keuntungan yang diterima pedagang pengumpul luar kecamatan 25,52 %. Pedagang pengecer luar kecamatan menjual kepada konsumen dengan harga Rp.18.000,00 per kg dan memperoleh margin sebesar Rp.1.000,00 per kg. Biaya yang dikeluarkan untuk transportasi sebesar Rp.91,11 per kg. Biaya terminal sebesar Rp 31,3 dan penyusutan bobot sebesar Rp.428,89 per kg. Keuntungan yang diterima sebesar Rp.448,61 per kg dan rasio keuntungan dan biaya sebesar 81,37%. Bagian yang diterima oleh pembudidaya (farmer's share) pada saluran 3 sebesar 72,22%.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa margin pemasaran total terbesar terdapat pada saluran 1 sebesar Rp.25.249,99 per kg. Pada saluran 1, pemilik rumah makan menjual Udang Vannamei olahan dengan harga yang relatif tinggi per ekornya sehingga setelah dikonversi harga jual Udang Vannamei per kg menjadi tinggi, yang menyebabkan margin pemasaran yang besar. Sedangkan margin pemasaran total terkecil berada pada saluran 2 sebesar Rp.3.000,00 per kg. Pedagang pengecer menjual Udang Vannamei langsung ke konsumen dengan jumlah yang diinginkan oleh konsumen. Jual beli dilakukan dengan proses tawar-menawar sehingga margin yang diperoleh kecil.

Bagian yang diterima pembudidaya (fisher's share) terbesar terdapat pada saluran 2 sebesar 89,66%, sedangkan farmer's share terkecil terdapat pada saluran 1 sebesar 34,36%. Dilihat dari

farmer's sharenya, saluran pemasaran yang relatif efisien adalah saluran pemasaran 2.

Rasio keuntungan dan biaya pemasaran terbesar pada tingkat pedagang pengumpul luar kecamatan berada di saluran 4 yaitu 56,90, sedangkan rasio keuntungan dan biaya terkecil berada pada saluran 3 yaitu sebesar 25,52. Rasio keuntungan dan pemasaran pada masing-masing saluran belum efisien karena jumlah biaya yang dikeluarkan lebih besar daripada keuntungan yang didapatkan.

Pada tingkat pedagang pengecer dalam kecamatan, pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer pada saluran 2 adalah efisien. Hal ini ditunjukkan dengan rasio keuntungan dan biaya sebesar 128,38 yang berarti keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Rasio keuntungan dan biaya pemasaran pedagang pengecer luar kecamatan yang terbesar terdapat pada saluran 1 yaitu 176,3%, sedangkan rasio keuntungan dan biaya terkecil berada pada saluran 3 yaitu sebesar 81,37%. Pada saluran 3 pemasaran yang dilakukan pedagang pengecer luar kecamatan belum efisien karena biaya yang dikeluarkan lebih besar daripada jumlah keuntungan yang diperoleh.

Rasio keuntungan dan biaya pada rumah makan pada saluran 1 sebesar 43,38% menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan belum efisien karena biaya yang dikeluarkan lebih besar daripada keuntungan yang diperoleh. Pada tingkat pemilik kolam pemancingan rasio keuntungan dan biaya pada saluran 4 yang diperoleh sebesar 215,79%. Nilai ini menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan pemilik kolam pemancingan efisien karena keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.

Tabel 7. Fisher's Share, Rasio Keuntungan dan Biaya, dan Marjin Pemasaran Tiap Saluran

Saluran Pemasaran	Fisher's Share (%)	Rasio Keuntungan dan Biaya (Total)	Marjin Pemasaran (total) (Rp)
Saluran 1	34,36	44,06	21.649,99
Saluran 2	89,66	120,40	5.000
Saluran 3	72,22	107,89	7.000

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 7, rasio keuntungan terbesar berada pada saluran 2 sebesar 120,40% dimana setiap Rp100,00 biaya yang dikeluarkan menghasilkan keuntungan sebesar Rp.120,40. Marjin pemasaran total pada saluran 2 mempunyai

nilai yang paling kecil yaitu sebesar Rp 3.000,00. Pada saluran 2, farmer's share yang diterima lebih besar dibandingkan saluran yang lainnya sehingga saluran pemasaran 2 lebih efisien dibandingkan saluran yang lain karena melibatkan sedikit

pedagang perantara sehingga memungkinkan Udang Vannamei lebih cepat sampai ke tangan konsumen dan margin yang terbentuk diantara pedagang perantara tidak terlalu besar.

Volume penjualan rata-rata yang dilakukan pedagang pengumpul yang langsung menjual ke pedagang pengumpul luar kecamatan lebih besar dibandingkan penjualan yang dilakukan ke pedagang pengecer dalam kecamatan. Hal ini disebabkan, sebagian besar masyarakat Kecamatan Paciran bermata pencarian sebagai pembudidaya Udang Vannamei sehingga permintaan konsumen akan Udang Vannamei rendah. Kemudahan fasilitas jalan menuju ke Kecamatan Paciran sehingga memperlancar proses penyampaian barang dari pusat produksi.

Kompetisi pasar yang berlaku umumnya bersifat oligopoli kecuali antara pembudidaya dengan pengumpul yang bersifat oligopsoni dan antara pedagang pengumpul luar kecamatan dengan kolam pemancingan yang juga bersifat oligopsoni. Struktur pasar oligopoli mencerminkan adanya penekanan harga dari pihak yang memiliki informasi lebih banyak. Struktur pasar yang bersifat oligopsoni menyebabkan pasar menjadi tidak efisien. Jumlah pembudidaya yang banyak selaku produsen menyebabkan jumlah barang di pasar menumpuk pada panen raya sehingga dapat dipastikan harga menjadi lebih rendah. Hal ini akan merugikan pembudidaya karena biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan penerimaan. Kelompok pembudidaya diharapkan menjadi tempat bertukar informasi dan kegiatan pemasaran bersama sehingga posisi tawar (*bargaining position*) pembudidaya menjadi lebih kuat. Dengan dukungan Dinas Perikanan dan Kelautan (DKP) Kabupaten Tanggamus dalam bantuan dana serta penyuluhan-penyuluhan, diharapkan pembudidaya Udang Vannamei tidak hanya dapat meningkatkan kuantitas tetapi juga kualitas dari Udang Vannamei.

KESIMPULAN

Total penerimaan rata-rata pembudidaya per tahun sebesar Rp 49.679.876. Total biaya rata-rata yang dikeluarkan pembudidaya Rp 40.876.987. Keuntungan rata-rata yang dihasilkan sebesar Rp 24.098.546. Keuntungan per musim tanam sebesar Rp 5.786.987. Berdasarkan margin pemasaran, fisher's share dan rasio keuntungan dan biaya (total) saluran yang paling efisien adalah saluran 2 dengan nilai masing-masing Rp 3.000,00 per kg, 89,66% dan 120,40

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, K., dan I. Kanna. 2008. Budidaya Udang Vannamei. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Afrianto E. 1998. Beberapa Metode Budidaya Ikan. Yogyakarta: Kanisius
- BSN. 2006. SNI 01-7246-2006, Produksi Udang Vannamei (*Litopenaeus vannamei*) di Tambak dengan Teknologi Intensif. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Dahl D.C., Hammond J.W.1977. Market and Price Analysis. The Agricultural Industries. Mc.Graw. Hill Book Caompany, Inc.
- Hernanto F. 1989. Ilmu Usahatani. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Kotler P. 1993. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Limbong W. H, P.Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Saanin H. 1984. Taksanomi dan Kunci Identifikasi Ikan. Vol I dan II. Jakarta Bina Cipta.
- Sarma M. 1985. Pengantar Ilmu Ekonomi Pertanian. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi, A. Soeharjo., J.I. Dillon., J.B. Hardaker.. 1985. Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Perkembangan Petani Kecil. Jakarta : UI-Press.
- Sudiyono A. 2001. Pemasaran Pertanian. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Walpole R. E. 1982. Pengantar Statistik.. Ed 3. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2011. Lampiran Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No: 16/PRT/M/2011 Tentang Pedoman Operasi dan Pemeliharaan Jaringan Irigasi Tambak. Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan.

- Nur, A. 2011. Manajemen Pemeliharaan Udang Vannamei. Jakarta: Pusat Penyuluhan Kelautan dan Perikanan.
- Putra, N. 2011. Manajemen Kualitas Air dalam Kegiatan Perikanan Budidaya. Proseding Apresiasi Pengembangan Kapasitas Laboratorium. Ambon, 16 - 18 Maret 2011.