

## EFISIENSI PEMASARAN KERANG TIRAM DI DESA KUALA LANGSA KECAMATAN LANGSA BARAT KOTA LANGSA

Siti Balqies Indra<sup>1</sup>, Teuku Fadlon Haser<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra

<sup>2</sup>Program Studi Budidaya Perairan Fakultas Pertanian Universitas Samudra  
email : sitibalqies@unsam.ac.id

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai April 2018. Metode penelitian menggunakan metode survei. Objek dalam penelitian ini dibatasi pada nelayan kerang tiram dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Ruang lingkup penelitian ini meliputi efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Pengambilan sampel menggunakan metode *snowball sampling*. Berdasarkan hasil analisis, nilai efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada saluran I sebesar 21 % dan nilai efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 10 %, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua saluran pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa sudah efisien.

**Kata Kunci:** kerang tiram, efisiensi dan pemasaran

### PENDAHULUAN

Kerang tiram merupakan hasil laut yang diminati konsumen. Adanya permintaan masyarakat yang cenderung tetap memberikan motivasi bagi nelayan untuk mencari kerang tiram karena dapat dipastikan hasil yang diperoleh akan terjual habis. Akan tetapi tetap perlu diperhatikan bahwa hasil pertanian yang mempunyai sifat mudah busuk dan ditutup untuk selalu segar membuat nelayan berusaha untuk memasarkan kerang tiram dengan cara yang efisien.

Pemasaran merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Produksi yang baik akan sia-sia karena harga pasar yang rendah, sehingga tingginya produksi tidak mutlak memberikan keuntungan yang tinggi tanpa pemasaran yang baik dan efisien.

Efisiensi pemasaran menunjukkan saluran pemasaran yang baik untuk kegiatan pemasaran, artinya saluran yang menguntungkan bagi tiap-tiap pihak yang terlibat dalam kegiatan

### METODE PENELITIAN

#### Metode, Lokasi, Objek, Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode *survey*. Menurut Nazir (2005:55), "Metode *survey* adalah penyelidikan untuk memperoleh fakta dari gejala-gejala dan mencari keterangan-keterangan secara faktual baik tentang institusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah". Lokasi penelitian yaitu di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa dengan pertimbangan bahwa desa tersebut

merupakan pusat kegiatan penangkapan kerang tiram di Kota Langsa dan terdapatnya kegiatan pemasaran.

Objek dalam penelitian ini dibatasi pada nelayan kerang tiram dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Ruang lingkup penelitian ini meliputi saluran pemasaran, biaya pemasaran dan efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-April 2018.

## **Teknik Penentuan Sampel dan Analisis Data**

### **a. Penentuan Sampel**

Pengambilan sampel dilakukan secara *snowball sampling* (sampel bola salju). Sampel dalam penelitian ini meliputi nelayan kerang tiram dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Secara teknis pengambilan data dimulai dari nelayan kerang tiram kemudian besarnya sampel akan berkembang mengikuti informasi yang diperoleh mengenai alur pemasaran kerang tiram. Pencarian data akan berhenti jika jawaban objek penelitian sudah homogen dan cukup untuk menggambarkan kegiatan pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa.

### **b. Model Analisis**

Efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang di jual, dihitung dalam persen. Untuk menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut

$$Ep = \frac{BP}{HE} \times 100\% \dots\dots\dots (\text{Soekartawi, 2002:60})$$

Dimana :

Ep = Efisiensi Pemasaran

Bp = Biaya Pemasaran

He = Harga Eceran

Kaidah pengambilan keputusan efisiensi pemasaran ini adalah:

- Ep < 50% maka saluran pemasaran efisien
- Ep > 50% maka saluran pemasaran tidak efisien

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa terdiri dari dua pola yaitu :

### **1. Saluran I**

Nelayan → Agen desa → Pedagang Pengecer → Konsumen

### **2. Saluran II**

Nelayan → Pedagang Pengecer → Konsumen

Kegiatan pemasaran kerang tiram di kedua saluran pemasaran melibatkan lembaga pemasaran. Pada saluran pemasaran I, lembaga pemasaran yang terlibat adalah agen desa dan pedagang pengecer, sedangkan pada saluran pemasaran II, lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kerang tiram adalah pedagang pengecer.

Efisiensi merupakan salah satu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan. Semakin kecil efisiensi

pemasaran maka akan semakin efisien pemasaran tersebut. Untuk lebih jelasnya mengenai efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Efisiensi pemasaran kerang tiram saluran I

| No | Saluran Pemasaran | Efisiensi (%) |
|----|-------------------|---------------|
| 1  | Agen Desa         | 12            |
| 2  | Pedagang Pengecer | 9             |
|    | Jumlah            | 21            |

Tabel 1 menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran rata-rata pada tingkat agen desa adalah 12% dan efisiensi pemasaran pada tingkat pedagang pengecer adalah 9%. Total nilai efisiensi pemasaran pada saluran I adalah sebesar 21% ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran I efisien karena nilai efisien pada saluran I < 50%, sehingga saluran pemasaran I sudah efisien.

Nilai efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa pada saluran II dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Efisiensi pemasaran kerang tiram saluran II

| No | Saluran Pemasaran | Efisiensi (%) |
|----|-------------------|---------------|
| 1  | Pedagang Pengecer | 10            |

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada saluran II nilai efisiensi pemasaran sebesar 10% atau nilai efisiensi saluran II < 50 %, sehingga saluran pemasaran II sudah efisien.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, nilai efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada saluran I sebesar 21 % dan nilai efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 10 %, sehingga kedua saluran pemasaran kerang tiram sudah efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Limbong dan Sitorus, 2005. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mubyarto. 1986. *Pengenatar Ekonomi Pertanian* . Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.