



LEMURU

Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan Indonesia

<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/lemuru/>

ANALISIS PEMASARAN KOMODITAS RUMPUT LAUT DI DESA BINALAWAN KECAMATAN SEBATIK BARAT KABUPATEN NUNUKAN

Rini Myzarah¹⁾, Bambang Indratno Gunawan²⁾, Juliani³⁾

^{1,2,3}Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan Universitas Mulawarman
Kampus Gunung Kelua, Jl. Gunung Tabur, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia

*E-mail korespondensi: rinimyzarah80@gmail.com, bambanggunawan1970@gmail.com,
juliani.revo@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berguna agar mengetahui pemasukan usaha pembudi daya serta kinerja pemasaran komoditas rumput laut pada Desa Binalawan. Metode pengambilan data yang dipakai yaitu dengan wawancara. Metode pemilihan sampel yang dipakai yaitu *Purposive sampling* pada total sampel sebanyak 38 responden nelayan rumput laut dan 4 responden pedagang rumput laut. Metode analisis data yang dipakai termasuk deskriptif serta analisis kuantitatif seperti menghitung margin pemasaran, *farmer's share*, serta efisiensi pemasaran. Hasil penelitian memaparkan jika rata-rata pendapatan nelayan rumput laut adalah Rp 367.134.725 per musim tanam, ini memaparkan jika usaha pembudi daya rumput laut paling menguntungkan sehingga dapat dikatakan sangat layak untuk diteruskan. Terdapat 2 tingkat saluran pemasaran dengan nilai margin pemasaran, *farmer's share* serta efisiensi oleh semua lembaga pemasaran seperti: saluran pemasaran tingkat 2 memperoleh nilai margin pemasaran sebanyak Rp.1.700/kg, *Farmer's share* 88,4% dan efisiensi pemasarannya sebesar 4,8%. Sedangkan pada saluran pemasaran tingkat 3 pada margin pemasaran Rp 1.800/kg, *Farmer's share* 88,0% serta efisiensi pemasaran 5,3%. Dari kedua saluran pemasaran tersebut yaitu saluran pemasaran tingkat 2 dan 3 sudah efisien.

Kata kunci: Rumput laut, saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran

MARKETING ANALYSIS OF SEAWEED COMMODITIES IN BINALAWAN VILLAGE, WEST SEBATIK DISTRICT, NUNUKAN REGENCY

ABSTRACT

This research is useful for knowing the business income of cultivators and the marketing performance of seaweed commodities in Binalawan Village. The data collection method used was interviews. The sample selection method used is *Purposive sampling* total sample was 38 respondents from seaweed fishermen and 4 respondents from seaweed traders. The data analysis methods used include descriptive and quantitative analysis such as calculating marketing margins, *farmer's share*, as well as marketing efficiency. The research results show that the average income of seaweed fishermen is IDR 367,134,725 per planting season, this shows that the seaweed cultivation business is the most profitable so it can be said to be very worthy of continuing. There are 2 levels of marketing channels with marketing margin values, *farmer's share* as well as efficiency by all marketing institutions such as: level 2 marketing channels obtain a marketing margin value of IDR 1,700/kg, *Farmer's share* 88.4% and marketing efficiency of 4.8%. Meanwhile, in level 3 marketing channels, the marketing margin is

IDR 1,800/kg, Farmer's share 88.0% and marketing efficiency 5.3%. Of the two marketing channels, namely level 2 and 3 marketing channels, they are efficient

Keywords: Farmer's share, marketing efficiency, marketing channel, marketing margin, and seaweed

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki luas perairan lebih besar dari pada luas daratnya. Indonesia yang merupakan negara maritim, dimana kurang lebih 75% wilayah Indonesia adalah wilayah perairan, yaitu terdiri dari 3,351 juta km² area laut serta 2,936 km² area perairan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) dan landasan komitmen. Dapat diartikan bahwa Indonesia dengan sebutannya sebagai negara maritim memiliki kekayaan sumber daya laut yang melimpah sehingga dapat dimanfaatkan bagi kepentingan perikanan (BPS, 2019).

Upaya dalam meningkatkan produksi perikanan dapat dilakukan melalui usaha pembudi daya, baik darat maupun laut yaitu satu diantaranya pembudi daya rumput laut. Rumput laut merupakan salah satu jenis pembudi daya di bidang perikanan yang mempunyai peluang untuk dikembangkan di perairan Indonesia. Masyarakat Indonesia juga memanfaatkan sumber daya laut tersebut untuk mencari nafkah dalam kehidupan sehari-hari, khususnya masyarakat pesisir (Dasion *et al.*, 2014).

Kabupaten Nunukan adalah sebuah kabupaten di Provinsi Kalimantan Utara yang merupakan berbatasan langsung dengan Negara Malaysia. Luas wilayah Kabupaten Nunukan adalah sebesar 14.247,50 km², dengan memiliki panjang garis pantai 304,87 km (Kaltara, 2018). Sebagai wilayah

kepulauan, Kabupaten Nunukan memiliki 25 pulau yang tersebar di wilayah laut Nunukan dan salah satunya merupakan pulau terluar dari wilayah NKRI yaitu Pulau Sebatik (Nyoman *et al.*, 2016). Pulau sebatik adalah salah satu daerah yang berada di daerah perbatasan antara Negara Indonesia dan Negara Malaysia. Pulau ini dimiliki oleh dua negara, Sebatik bagian utara merupakan milik Malaysia dan bagian selatan milik Indonesia. Pada tahun 2006 Pulau Sebatik dimekarkan menjadi dua kecamatan yaitu Kecamatan Sebatik dan Kecamatan Sebatik Barat (Siburian, 2012).

Salah satu penghasilan masyarakat yang tinggal di bagian pesisir di pulau sebatik adalah pembudi daya rumput laut. Dengan adanya usaha tani rumput laut ini sangat tepat untuk dikembangkan sebagai upaya penyediaan lapangan pekerjaan, dapat meningkatkan pendapatan keluarga nelayan rumput laut, dan sebagai komoditas ekspor yang dapat meningkatkan penerimaan devisa negara.

Peningkatan produksi rumput laut di Desa Binalawan seharusnya didukung bersama sistem pemasaran yang efisien oleh karena itu diinginkan kinerja pemasaran rumput laut bisa membagikan kesempatan nelayan agar menambah pemasukannya. Rosmawati, (2011) menyatakan sistem pemasaran yang efisien bisa diperhatikan melalui tingkat harga serta stabilitas harga. Lebih tinggi harga jual rumput laut sehingga

lebih termotivasinya nelayan agar menaikkan produksinya. Pembudi daya rumput laut sudah lama diselenggarakan dari masyarakat, tetapi pemasaran hasil rumput laut tetap dikemukakan untuk beragam gangguan antara lain yaitu tidak kuatnya posisi tawar nelayan makanya harga jual rumput laut semakin ramai dipilih dari pedagang tidak mengikutsertakan nelayan sebagai produsen.

Di samping itu, gangguan lain menghambat pengembangan komoditas rumput laut yaitu dimana kondisi pasar *oligopsoni* (banyak penjual tetapi sedikit pembeli). Bukan hanya itu, harga rumput laut sering berfluktuatif dan pada kenyataannya, absennya penetapan harga resmi untuk rumput laut oleh pemerintah telah menciptakan situasi pemasaran yang cenderung bersifat oligopsoni. Dampaknya terasa dalam dinamika harga yang dipermainkan dari penjual pengumpul serta pedagang besar, pada akhirnya memberikan tantangan serius bagi para nelayan rumput laut. Mereka menghadapi kesulitan dalam menetapkan harga jual produk-produk mereka (Mbangi *et al.*, 2022). Permasalahan pemasaran ini dapat ditelusuri ke aspek struktur pasar, bentuk pasar, dan kinerja pemasaran secara keseluruhan. Selain itu, terdapat kesenjangan komunikasi antara nelayan, pedagang, dan eksportir. Hal ini terkait dengan fakta bahwa bahan baku yang dihasilkan dari pembudi daya rumput laut seringkali belum melengkapi standar mutu yang diharapkan oleh pasar (Bhakti *et al.*, 2014).

Untuk menjawab tantangan dari naiknya permintaan serta produksi rumput laut, perlu diterapkan sistem pemasaran yang efisien. Hal ini bertujuan agar para nelayan dapat memperoleh hasil yang sebanding pada biaya serta tenaga yang dihabiskan. Pemasaran menjadi faktor kunci yang memainkan peran sentral dalam kegiatan usaha ini. Pemasaran merupakan kunci keberhasilan dari suatu bisnis. Menurut Wijaya *et al.*, (2021) pemasaran termasuk sebuah sistem atas aktivitas usaha yang diarahkan agar memilih cara menciptakan, menentukan harga, mempromosikan, penawaran produk/layanan ke pasar, mendistribusikan barang serta jasa yang akan digunakan makanya produk bisa melengkapi kebutuhan pembeli yang ada. Pemasaran termasuk sebuah aktivitas maupun jasa yang dibuat agar memindahkan sebuah komoditi oleh produsen menuju pembeli (Abidin *et al.*, 2017).

Untuk menghubungkan nelayan rumput laut dengan konsumen akhir dalam proses pemasaran produk, diperlukan keberadaan suatu lembaga pemasaran yang membentuk saluran distribusi. Lembaga pemasaran ini dapat berupa badan usaha maupun individu yang bertanggung jawab dalam menyelenggarakan kegiatan pemasaran dan membagikan jasa serta komoditi dari produsen hingga menuju konsumen akhir. Keberadaan lembaga pemasaran esensial sebab mencerminkan kemauan pembeli agar menerima produk melalui ketersediaan waktu, tempat, serta wujud yang sesuai dengan preferensinya (Dasion *et al.*, 2014).

Saluran pemasaran termasuk aktivitas yang berguna mengantarkan barang oleh produsen hingga menuju pembeli secara efisien dengan berbagai lembaga. Menurut Harifuddin *et al.*, (2011) pola penyaluran rumput laut memiliki dampak signifikan terhadap margin pemasaran, yang pada akhirnya berpengaruh untuk bagian persentase harga yang diperoleh oleh nelayan.

Pemasaran memegang peran krusial dalam memengaruhi tingkat pemasukan serta laba nelayan rumput laut. Efisiensi dalam sistem pemasaran rumput laut menjadi faktor utama yang menentukan apakah produktivitas rumput laut dapat meningkat atau tidak, yang kemudian berdampak langsung pada penerimaan nelayan rumput laut. Melihat berbagai permasalahan terkait pemasaran rumput laut pada Desa Binalawan, Kecamatan Sebatik Barat, Kabupaten Nunukan, sehingga peneliti ingin agar mengadakan penelitian yang berjudul "Analisis Pemasaran Komoditas Rumput Laut di Desa Binalawan Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan".

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian diselenggarakan pada Desa Binalawan Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan. Penelitian ini diselenggarakan 6 bulan.

Jenis dan metode pengambilan data pada penelitian ini terbagi atas:

1. Data primer seperti data yang bersifat observasi lewat pengamatan langsung dari lokasi penelitian melalui beberapa teknik pengambilan data,

seperti melalui dokumentasi, wawancara dan kuesioner yang meliputi harga rumput laut, biaya pemasaran, produksi dan pendapatan.

2. Data sekunder seperti data yang ditemukan lewat instansi/lembaga bersangkutan pada penelitian.

Metode Penentuan sampel

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini melibatkan nelayan dan pedagang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran rumput laut. Menurut Arikunto (2002), sampel merupakan separuh maupun representasi oleh keseluruhan populasi yang sedang diteliti. Jika total responden kurang dari 100 orang, penelitian dapat dikategorikan sebagai penelitian populasi, dan seluruh populasi dapat diambil sebagai sampel. Namun, bila total responden lebih dari 100 orang, metode pengambilan sampel umumnya berkisar antara 10%-15% atau 20%-25%. Dalam konteks ini, pengambilan sampel dilakukan sebesar 15% dari jumlah populasi yang mencapai 275 nelayan rumput laut, jadi sampel dari populasi sebanyak 38 orang/responden dengan tingkat kepercayaan 15%. Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel memakai (*Purposive Sampling*) dimana teknik pengambilan sampel melalui pertimbangan langsung.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai pada penelitian tersebut termasuk deskriptif serta analisis kuantitatif. Data yang diperoleh pada penelitian ini dianalisis serta dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

a. Analisis Biaya

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

TC = Total Biaya

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

b. Analisis Penerimaan

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

TR = Jumlah Penerimaan

P = Harga Jual

Q = Total Produksi

c. Analisis Pendapatan

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

π = *Income* (Pendapatan) (Rp)

TR = *Total Revenue*/Total Penerimaan (Rp)

TC = *Total Cost*/Total Biaya (Rp)

d. Majin Pemasaran

$$M = Hp - Hb$$

Dimana:

M = Marjin Pemasaran

Hp = Harga Penjualan (Rp)
(Produsen)

Hb = Harga pembeli (Rp)
(pedagang)

e. *Farmer's Share*

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = *Famer's share*

Pf = Harga di tingkat nelayan
(produsen)

Pr = Harga yang diterima
pembeli akhir

f. Efisiensi Pemasaran

$$Eps = \frac{Bp}{HE} \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi pemasaran
(persentase yang diterima
nelayan)

Bp = jumlah biaya pemasaran
(Rp/kg)

HE = jumlah nilai Produksi yang
dipasarkan (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Budidaya Rumput Laut

Nelayan rumput laut pada Desa Binalawan Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan melakukan budidaya rumput laut pada metode *long line*. Metode ini dilakukan untuk perairan yang lumayan dalam agar menjaga posisi tali utama serta tali ris menggunakan jangkar serta pelampung.

Adapun tahap-tahap dalam budidaya rumput laut dengan metode *long line* yang dilakukan nelayan rumput laut yaitu:

1. Penyiapan Lokasi dan Bibit

Lokasi yang baik adalah yang berada di 50 km dari pemukiman warga dimana dasar perairan yang stabil, terlindung dari terpaan angin dan gelombang atau arus yang besar, kedalaman air yang berkisar antara 30-

60 cm. Sedangkan dalam persiapan bibit untuk ditanam harus memilih bibit yang unggul dan berkualitas baik. Bibit yang akan dipakai memiliki *thallus* muda dengan cabang yang beragam dan rimbun. Bibit mesti sehat, belum ditemukan bercak, luka maupun terkelupas yang biasanya diserang penyakit "ice-ice", bibit berwarna cerah, segar, dan harus seragam. Bibit harus terhindar dari tekanan bahan bakar minyak, sinar matahari dan air hujan.

2. Pemeliharaan

Selama dalam pemeliharaan pertumbuhan rumput laut, adapun hal yang perlu diperhatikan yaitu, membersihkan kotoran yang menempel misalkan plastik, ranting kayu dan lainnya. Memperhatikan tanaman, misalnya tali-tali yang putus, tiang-tiang pancang yang tercabut atau patah dan mengganti pelampung yang rusak atau terlepas.

3. Pemanenan

Pemanenan dilakukan bila tanaman telah berusia 45-50 hari, panen dapat dilakukan secara berkala dengan mengangkat sebagian tanaman saja atau menyisihkan sebagian untuk pembibitan selanjutnya, dapat juga dengan panen total yaitu dengan mengangkat sekaligus tanaman.

4. Penanganan Pasca Panen

Nelayan melakukan pasca panen dengan cara melepas rumput laut dari tali ris/bentangan, kemudian dijemur di atas tanah maupun di ayaman bambu atau kayu. Penjemuran dilakukan 2-3 hari dan sampai mengalami perubahan warna serta timbul butiran-butiran garam yang melekat pada permukaan *thallus*.

Analisis Produksi

Analisis produksi rumput laut dapat diketahui setelah melakukan panen. Banyaknya produksi sesuai dengan jumlah bentangan yang dimiliki nelayan rumput laut, sehingga akan mempengaruhi pendapatan nelayan rumput laut.

Tabel 1. Jumlah Produksi Usahatani Rumput Laut.

Uraian	Jumlah Tali (Bentangan)	Jumlah Produksi Kering (Kg)/Siklus
Produksi	6.595	52.208

Sumber: Data Primer diolah 2023

Jumlah bentangan yang digunakan nelayan rumput laut di Desa Binalawan yaitu sebanyak 6.595 bentangan dengan jumlah produksi 52.208 kg. Dimana pada satu titik/cincin seberat 25-50 gram, dan pada satu bentangan dengan rata-rata 60-100 kg rumput laut segar per tali. Bila dikeringkan akan menyusut sekitar 6-10 kg agar per tali bentangannya maupun area 10 kali lipat dibandingkan berat bibit awalnya.

Analisis Biaya

Analisis biaya adalah analisi agar menemukan semua jenis biaya yang dihabiskan oleh nelayan untuk proses

produksi rumput laut. Biaya produksi berdampak pada pemasukan yang disetujui nelayan rumput laut. Biaya pada usaha tani rumput laut dipisahkan atas dua seperti:

1. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya variabel termasuk biaya yang dihabiskan serta bisa berubah-ubah tergantung besarnya usaha tani dikelola, lebih luas lahan yang dikelola oleh nelayan sehingga nanti lebih besar pula biaya yang nanti dihabiskan nelayan rumput laut (Mulyadi, 2014). Dengan jenis biaya variabel bisa diperhatikan lewat Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Biaya Variabel Usahatani Rumput Laut.

No	Uraian	Total Nilai (Rp)
1	Bensin	9.300.000
2	Oli	832.125
3	Upah Tenaga Kerja	59.355.000
4	Bibit	8.200.000
Jumlah		77.687.125

Sumber: Data primer diolah 2023

2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap dalam usaha budidaya rumput laut adalah biaya yang tetap dan tidak berubah, tidak bergantung pada besarnya skala usaha maupun sifatnya konstan dalam kurun waktu khusus (Mursyidi, 2013). Adapun jenis biaya variabel bisa diperhatikan lewat Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata Biaya Tetap Usahatani Rumput Laut.

No	Jenis Biaya	Nilai (Rp)
1	Perahu	14.794.521
2	Pelampung	6.327.740
3	Tali Jangkat	1.924.521
4	Tali Utama	1.902.483

5	Jaring Jemuran	1.679.795
6	Tenda	3.470.548
7	Penggaruk	685.788
8	Mesin 15 Yamaha	8.790.411
9	Cat	2.048.750
Jumlah		41.624.555

Sumber: Data primer diolah 2023

3. Total Biaya (*Total Cost*)

Total biaya merupakan total biaya variabel serta biaya tetap yang dihabiskan dari nelayan selama proses produksi rumput laut. Adapun total biaya bisa diperhatikan lewat Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata Total Biaya Usaha Tani Rumput Laut.

No	Uraian	Total Nilai (Rp)
1	Biaya Variabel	77.687.125
2	Biaya Tetap	41.624.555
Jumlah		119.311.680

Sumber: Data primer diolah 2023

Analisis Pendapatan

Pendapatan termasuk selisih antara total penerimaan bersih nelayan pada jumlah biaya yang dikeluarkan ketika sebuah produksi. Adapun data pendapatan diperoleh dari responden rumput laut di Desa Binalawan bisa diperhatikan lewat Tabel 5.

Tabel 5. Rata-rata Pendapatan Usahatani Rumput Laut.

No	Uraian	Nilai (Rp)
Penerimaan (Total Revenue)		
1	(TR)	
	a. Produksi/Siklus (Kg)	52.208
	b. Harga (Rp/Kg)	13.000
Total Penerimaan (Total Revenue)		686.325.600
2	Total Biaya (TC) = (FC + VC)	
	a. Biaya Variabel (VC)	77.687.125

b. Biaya Tetap (FC)	41.624.555
Total Biaya	119.311.680
3 Pendapatan (π) = (TR - TC)	
a. Penerimaan (TR)	686.325.600
b. Total Biaya (TC)	119.311.680
Total Pendapatan	567.013.920

Sumber: Data primer diolah 2023

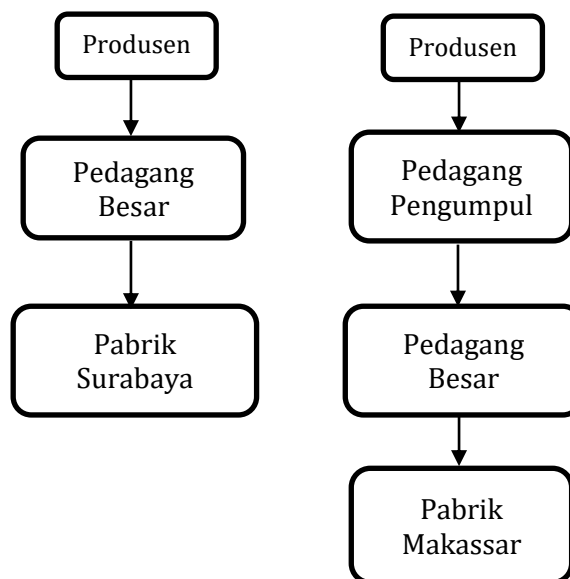
Untuk Tabel 5, memaparkan jika rata-rata penerimaan yang ditemukan nelayan sepanjang produksi atau 45 hari sebesar Rp 686.325.600 melainkan rata-rata jumlah biaya yang dihabiskan sebesar Rp 119.311.680/produksi sehingga diketahui rata-rata pemasukan yang diterima nelayan sebanyak Rp 567.013.920/produksi. Dengan demikian, dapat disarankan bahwa pendapatan nelayan rumput laut sangat terkait dengan total produksi yang diciptakan dari masing-masing nelayan. Lebih tinggi produksi rumput laut, maka semakin besar pula pendapatan yang akan diperoleh oleh nelayan rumput laut.

Lembaga dan Saluran Pemasaran Rumput Laut

Lembaga pemasaran termasuk badan usaha dan individu yang melaksanakan fungsi atau kegiatan pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar distribusi rumput laut, keberadaan lembaga pemasaran sangat diperlukan guna menyalurkan produk dari produsen hingga ke konsumen. Di Desa Binalawan, Kecamatan Sebatik Barat, Kabupaten Nunukan, pelibatan lembaga pemasaran melibatkan nelayan rumput laut, pedagang pengumpul, serta pedagang besar.

Atas hasil wawancara pada responden/nelayan diketahui bahwa pemasaran rumput laut pada Desa

Binalawan Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan terdapat 2 jenis saluran yaitu:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Nelayan Rumput Laut di Desa Binalawan

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran termasuk selisih harga ditingkat pembeli serta harga ditingkat produsen. Marjin pemasaran salah satu indikator dalam menentukan apakah pemasaran tersebut efisien. Marjin pemasaran yang besar menandakan adanya inefisiensi dalam strategi pemasaran, sementara marjin pemasaran yang kecil menunjukkan adanya efisiensi dalam proses pemasaran (Dasion *et al.*, 2014). Berikut hasil pengukuran marjin pemasaran agar dua saluran pemasaran dapat dilihat lewat Tabel 6.

Tabel 6. Marjin Pemasaran Rumput Laut Pada Saluran Tingkat 2 dan 3

No	Uraian	Saluran Tingkat 2		Saluran Tingkat 3	
		Rp/kg	Persentase Marjin (%)	Rp/kg	Persentase Marjin (%)
1	Nelayan - Harga Jual	13.000		13.200	
2	Pedagan Pengumpul - Harga Beli			13.200	

-	Harga Jual		14.000	
	Marjin Pemasaran		800	
3	Pedagan Besar			
-	Harga Beli	13.000	14.000	
-	Harga Jual	14.700	15.000	
	Marjin Pemasaran	1.700	1.000	
	Pabrik Surabaya			
-	Harga Beli	14.700		
	Pabrik Makassar			
-	Harga Beli		15.000	
	Total Marjin Pemasaran	1.700	12%	1.800
				12%

Sumber: Data primer diolah 2023

Tabel 6 sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa pada saluran pemasaran tingkat 2 ditemukan jumlah marjin sebanyak Rp.1.700/kg dimana marjin tersebut diperoleh dari pedagang besar dengan harga beli rumput laut kering dari nelayan seperti sebesar Rp.13.000/kg, serta harga jual yang didistribusikan menuju pabrik yaitu sebesar Rp.14.700/kg. Jadi yang ditemukan nilai marjin pemasaran oleh tingkat nelayan dan pedagang besar yaitu sebesar Rp.1.700/kg. Melainkan untuk saluran pemasaran tingkat 3 memperoleh jumlah marjin sebesar Rp.1.800/kg marjin tersebut diperoleh dari pedagang pengumpul dengan harga beli rumput laut kering dari nelayan sebesar Rp.13.200/kg, kemudian harga jual ke pedagang besar sebesar Rp.14.000/kg dan selanjutnya pedagang besar mendistribusikan rumput laut kering menuju pabrik melalui harga Rp.15.000/kg sehingga diperoleh nilai marjin pemasaran seperti sebesar Rp.1.800/kg.

Farmer's share

Farmer's share termasuk persentase harga yang diperoleh nelayan daripada melalui harga jual untuk pedagang pengumpul. Dalam kegiatan pemasaran *farmer's share* bisa dibuat menjadi dasar

maupun tolak ukur efisiensi pemasaran. Lebih tinggi tingkat persentase *farmer's share* yang diperoleh nelayan sehingga akan disebut lebih efisien aktivitas pemasaran yang dibuat serta kebalikannya lebih rendah tingkat persentase *farmer's share* yang diperoleh nelayan, sehingga nanti lebih rendah juga tingkat efisiensi oleh sebuah pemasaran (Rosmawati, 2011).

Tabel 7. Farmer's share Rumput Laut Pada Saluran Pemasaran Tingkat 2 dan 3.

Saluran Pemasaran	Harga Ditingkat Produsen (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
Tingkat 2	13.000	14.700	88,4
Tingkat 3	13.200	15.000	88,0

Sumber: Data primer diolah 2023

Untuk Tabel 7 bisa diperhatikan *farmer's share* untuk saluran pemasaran tingkat 2 seperti sebesar 88,4% dan sedangkan untuk saluran pemasaran tingkat 3 yaitu sebesar 88,0%. Atas hasil penelitian ditemukan jika pada saluran pemasaran tingkat 2 diperoleh total marjin seperti sebesar Rp.1.700/kg serta pada *farmer's sharenya* sebesar 88,4%, maka saluran pemasaran tingkat 2 dikatakan efisien melainkan pada saluran pemasaran tingkat 3 memperoleh jumlah marjin sebesar Rp.1.800/kg dan *farmer's sharenya* yaitu sebesar 88,0%. Maka saluran pemasaran tingkat 3 dapat juga dikatakan efisien. Jadi saluran pemasaran tingkat 2 dan 3 sama-sama telah efisien. Sebagai pedoman untuk menilai efisiensi pemasaran, kita dapat menggunakan metode perhitungan *farmer's share* maupun komponen yang diperoleh dari nelayan. Jika komponen yang diperoleh dari produsen

kurang dari 50%, dapat dianggap bahwa pemasaran belum optimal. Sebaliknya, jika komponen yang diperoleh dari produsen lebih dari 50%, dapat disimpulkan bahwa pemasaran telah berjalan secara efisien.

Efisiensi Pemasaran

Penilaian efisiensi pemasaran didasarkan pada dua indikator, yaitu: jika nilai Ep kurang dari 50%, dapat dianggap bahwa pemasaran berjalan secara efisien, sementara jika nilai Ep lebih dari 50%, dapat dianggap bahwa pemasaran kurang efisien. Tabel 8 memberikan gambaran perbandingan tingkat efisiensi saluran pemasaran tingkat 2 dan 3 di Desa Binalawan, Kecamatan Sebatik Barat, Kabupaten Nunukan.

Tabel 8. Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Pada Saluran 2 dan 3.

Saluran Pemasaran	Jumlah Produksi Ton/Kg	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Produk Yang Dipasarkan (Rp/kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
Tingkat 2	19.000	700	14.700	4,8
- Biaya Transportasi				
- Biaya Pemasaran				
- Biaya Bonkar muat				
Total Biaya				
Tingkat 3	20.000	800	15.000	5,3
- Biaya Transportasi				
- Biaya Pemasaran				
- Biaya Bonkar muat				

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 8, kedua saluran pemasaran rumput laut di Desa Binalawan, Kecamatan Sebatik Barat, Kabupaten Nunukan, dapat dianggap efisien karena nilai efisiensinya kurang dari 50%. Spesifiknya, saluran pemasaran tingkat

2 menunjukkan efisiensi sebesar 4,8%, sedangkan saluran pemasaran tingkat 3 menunjukkan efisiensi sebesar 5,3%.

KESIMPULAN

Atas hasil penelitian serta pembahasan bisa disimpulkan jika pemasukan nelayan usaha pembudi daya rumput laut pada Desa Binalawan Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan sebesar Rp 567.013.920 per produksi. Saluran pemasaran pada usaha pembudi daya rumput laut pada Desa Binalawan Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan terdapat ada 2 tingkatan yaitu tingkat 2 dan tingkat 3. Saluran pemasaran tingkat 2 melalui margin pemasaran sebesar Rp 1.700/kg dan saluran pemasaran tingkat 3 dengan margin pemasaran sebesar Rp1.800/kg. *Farmer's share* untuk saluran pemasaran tingkat 2 memperoleh sebesar 88,4% dan untuk tingkat 3 memperoleh sebesar 88,0%.

Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran tingkat 2 sebesar 4,8% dan untuk saluran pemasaran tingkat 3 sebesar 5,3%. Sistem pemasaran rumput laut pada Desa Binalawan Kecamatan Sebatik Barat Kabupaten Nunukan menunjukkan bahwa pemasaran rumput laut sudah efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Harahab, N., & Asmawati, L. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Bhakti, F. K., Made, S., & Fachry, M. E. (2014). *Kondisi Pemasaran Rumput Laut Gracilaria sp Melalui Pendekatan SCP di*

- Kabupaten Luwu. *Sains Dan Teknologi*, 14(3), 291-300.
- BPS. (2019). *Provinsi Kalimantan Utara Dalam Angka 2019* (B. I. P. dan D. Statistik (ed.)). BPS Provinsi Kalimantan Utara.
- Dasion, P. R. K., Arvianti, E. Y., & Sa'diyah, A. A. (2014). Analisis Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma* sp) di Desa Wuakerong Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata. *Buana Sains*, 14(1), 1-10.
- Harifuddin, Aisyah, & Budiman. (2011). Analisis Marjin dan Efisiensi Pemasaran rumput laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep. *Agribisnis*, X(3).
- Kaltara. (2018). *Profil Potensi Daerah dan Peluang Investasi. Provinsi Kalimantan Utara*.
<https://dpmpmsp.kaltaraprov.go.id/wp-content/uploads/2019/04/PROFIL-POTENSI-DAERAH-INVESTASI-KALTARA-2018.pdf>
- Mbangi, A., Umbu, E., Retang, K., Saragih, E. C., Agribisnis, P. S., Sains, F., & Wira, U. K. (2022). Efisiensi Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma Cottoni*) di Desa Wulla Kecamatan Wulla Waijelu Kabupaten Sumba Timur. *Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 10(1), 74-94.
- Mulyadi, (2014). *Akuntansi Biaya*. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Mursyidi, (2013). *Akuntansi Pemerintahan di Indonesia*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Rosmawati, H. (2011). Analisis efisiensi pemasaran pisang produksi nelayan di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Agrobis*, 3(5), 1-9.
- Siburian, R. (2012). Pulau Sebatik: Kawasan Perbatasan Indonesia Beraroma Malaysia. *Masyarakat Dan Budaya*, 14(1), 53-76.
- Wijaya, A., Fathurrohman, Y. E., Mathory, S. E. A. S., Purnomo, R. E. Y. J., Nugroho, M. L. P. H. A., Wardhana, M. A., Sugiarto, B. P. M., Simanjuntak, H. M. P. S. M., Fitrianingrum, A., & Hendra. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi* (R. Watrianthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis